دین در عصر رسانه



نوشته استوارت هوور

برگردان

علی عامری مهابادی، فتاح محمدی

اسماعیل اسفندیاری

با درآمدی از

دکتر سید حمید مولانا

بسم الله الرحمن الرحیم

دین در عصر رسانه

نویسنده:

دانیل استوت

ناشر چاپی:

مرکز پژوهشهای اسلامی صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران

ناشر دیجیتالی:

مرکز تحقیقات رایانه‌ای قائمیه اصفهان

فهرست

دین در عصر رسانه

مشخصات کتاب

سرشناسه: هوور، استوارت، ۱۹۵۱ Hoover,Stewart M-

عنوان و پدیدآورنده: دین در عصر رسانه / نوشته استوارت ام. هوور؛ ترجمه علی عامری مهابادی، فتاح محمدی، اسماعیل اسفندیاری؛ تهیه شده در مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما، خانه هنر و اندیشه.

مشخصات نشر: قم، دفتر عقل، ۱۳۸۸.

مشخصات ظاهری: ۴۵۳ ص _ (مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما؛)

شابک: ۹۷۸_۹۶۴_۲۷۶۱_۷۶_۰

عنوان اصلی: Religion in the Media Age, ۲۰۰۶

موضوع: رسانه های گروهی _ جنبه های مذهبی.؛ رسانه های گروهی و فرهنگ؛ دین و فرهنگ.

شناسه افزوده: عامری مهابادی، علی، مترجم.

شناسه افزوده: محمدی، فتاح، مترجم.

شناسه افزوده: اسفندیاری، اسماعیل، مترجم.

شناسه افزوده: صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما. خانه هنر و اندیشه.

شناسه افزوده: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، دفتر مطالعات و برنامه ریزی رسانه ها.

رده بندی کنگره: ۹د۵الف/P۹۴

رده بندی دیوئی: ۲۳/۳۰۲

ص:۱

اشاره

دین در عصر رسانه

Religion in the Media Age

(Publisher: Routledge/۲۰۰۶)

پدیدآورندگان

نویسنده: استوارت ام. هوور (Stewat M.Hoover)

مترجمین: علی عامری مهابادی، فتاح محمدی، اسماعیل اسفندیاری

تهیه شده در خانه هنر و اندیشه مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما،

دفتر مطالعات و برنامه ریزی رسانه ها

ناشر: دفتر عقل

گرافیست: سید حسن موسی زاده

طراح جلد: سید محمدهادی قادری

صفحه آرایی: احمد نوری

حروف چینی و نمونه خوانی: ماهنامه رواق هنر و اندیشه

ویرایش: زینب علیزاده (با سپاس از همکاری سیده بنت الهدی دقیقی)

نوبت چاپ: اول / پاییز ۱۳۸۸ / قم

شمارگان: ۲۵۰۰ نسخه

قیمت: ۴۰۰۰ تومان

نشانی: قم. بلوار امین. مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما

تلفن: ۲۹۱۹۶۷۰ _ ۰۲۵۱

درآمد ویراستاران

درآمد ویراستاران

مجموعه بینارشته ای رسانه، دین و فرهنگ، به تحلیل نقش رسانه در تاریخ و دینداری معاصر می پردازد. کتاب های این مجموعه به بررسی دقیق اهمیت رسانه های گوناگون در اعمال مذهبی از زمان چاپ سنگی و فیلم تا تلویزیون و اینترنت می پردازند. مطالعات انجام گرفته در سراسر دنیا بر اهمیت بستر فرهنگی، اجتماعی و مذهبی رسانه تاکید دارند. کتاب های این مجموعه با صرف نظر از تلقی صرف رسانه به عنوان ابزاری برای انتقال اطلاعات به طرق گوناگون، کمک شایانی به شکل گیری الگویی برای فهم رسانه به منزله جزو جدایی ناپذیر دین معاصر می کنند. نویسندگان این مجموعه با بهره گیری از روش های متنوع به بررسی این نکته می پردازند که چگونه اعتقادات در تولید، توزیع و پذیرش ارتباطات تاثیرپذیر شکل می گیرند.

استوارت هوور، داشنگاه کُلُرادو

جولیون میچل، دانشگاه ادینبورگ

دیوید مورگان، دانشگاه والپارایسو

دین در عصر رسانه

دین در عصر رسانه

کتاب دین در عصر رسانه با نگاهی به تعامل هر روزه دین و رسانه در محیط فرهنگیِ ما، ارزیابی جدیدی از موقعیت دینداری مدرن ارائه می دهد. در سال های اخیر شاهد دور بودن از فضای مذاهب نهادینه شده و حرکت به سوی قالب های فردی و مستقل تحقیق در جست وجوی مفهوم معنویت بوده ایم. فیلم، تلویزیون، صنعت موسیقی و اینترنت با گذر از تاکیدات یکپارچه مذاهب جهان و امکان دسترسی آسان به آرمان های متنوع و پراکنده، از جایگاه ویژه ای در این فرآیند برخوردارند. در حالی که این کتاب و دیگر منابع اطلاعاتی متنوع، با گردش در رسانه های جمعی، قالب فکری مذهبی و تعهد را تغییر داده اند، آرزوی انسان برای رسیدن به معنویت نیز جانی تازه به فرهنگ مردمی بخشیده است و با خلق دوباره کالاهای اساسی از فیلم های پرفروش، ورزش جهانی و موسیقی پاپ بستری مناسب برای درک مفهوم دینی ساخته است.

استووارت ام. هوور با انجام تحقیقی جذاب درباره مصرف خانگی رسانه، مسیر تلاقی دین و رسانه در تجربه فرهنگی مخاطبان رسانه را نشان می دهد. نتیجه تلاش وی، خوانشی جذاب برای علاقه مندان رسانه های جمعی امروزی در ارتباط با زندگی مذهبی و معنوی معاصر خواهد بود.

درباره کتاب

درباره کتاب

رخداد دومین همایش دین و رسانه باعث شد تا خانه هنر و اندیشه از زیرمجموعه های پژوهشی مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما پس از سال ها کار فکری بر مقوله دین و هنر، دین و رسانه (با تجربه انتشار مکتوباتی چون ماه نامه رواق هنر و اندیشه به عنوان تنها ماه نامه تخصصی موجود با محوریت دین و رسانه و هم چنین برگزاری دو دوره همایشی رسانه تلویزیون و سکولاریسم) و به عنوان یکی از اصلی ترین بانیان برگزاری دومین همایش دین و رسانه، در اندیشه تدوین مجموعه ای از مکتوبات علمی، ترجمه کتاب دین در عصر رسانه نوشته دکتر استوارت هوور، را به اهالی پژوهش عرضه نماید.

از آن جا که کتاب دین در عصر رسانه به تفحص در سه حوزه دین، رسانه و فرهنگ مشغول است در نتیجه با توجه به ماهیت بینارشته ای اش از هر نحله علمی چیزی را اخذ کرده است که همین، کار ترجمه کتاب را دقیق تر نمود. به هر حال تلاش مولف برای اخذ مفاهیمی از دین شناسی، مردم شناسی، جامعه شناسی و رسانه شناسی به همراه عنایت خاص کتاب به فرهنگ جاری و ساری در جامعه امریکا ــ که با توجه به بعد مسافت جغرافیایی و عقیدتی، برای ما غریب است ــ لازم می آورد تا کتبی از این دست بیشتر متکی بر پاورقی هایی باشند که بتوانند در گشایش مفاهیم و روان کردن مطالب، خواننده را یاری دهند.

به دلیـل پیش گفته و از آن جـا که این کتـاب در برخی پاره هایش بر محور گفت وگوها تنظیم شـده است و در میان گفتارها نـام بسیاری از فیلم هـای سینمایی و برنامه های تلویزیونی برده شـده، تلاش شـده تا در انـدازه ای مقبول، اولیه ترین اطلاعات دربـاره آن آثـار به خواننـده داده شود. در این مسـیر از منـابعی چون کتـاب راهنمای فیلم اثر بهزاد رحیمیان (انتشارات روزنه)، پایگاه اطلاع رسانی IMDB.com و TVland.com استفاده کافی و وافی برده شده است.

در ترجمه کتاب از همکاری مترجمینی چون آقایان اسـماعیل اسـفندیاری (با ترجمه درآمد کتاب و دو پاره اول)، علی عامری مهابـادی (ترجمه پاره سوم تا هشـتم) و فتاح محمـدی (ترجمه پاره نهم و دهم به همراه بخش نکاتی درباره روش) سود جستیم تـا بتوانیم در فرصت محـدود تـا برگزاری همـایش، کتـاب را بـا ترجمه ای قابـل قبول و روان به سـرانجام برسانیم. همچون هر کتاب مترجم دیگر، نواقصی وجود دارند که امیدواریم اهل فن گوشزد کنند تا در آینده رفع شوند.

به هر روی حاصل تلاش یک ساله اکنون در دسـتان شـماست و در مظان قضاوت شما. امیدواریم مطلوب افتد. می ماند سپاس از کسانی که در این مدت یاری شان دلیل ثمر رسیدن کتاب بود؛ که کمترین کار، یادکردی از همراهی و تلاش آنهاست:

استاد منصور ابراهیمی: که پیشنهاد ترجمه کتاب از او بود.

حجت الاسلام دکتر هادی صادقی ریاست مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما، حجت الاسلام سلمان رضوانی و برادر احمد اسفندیار مدیریت پیشین و کنونی خانه هنر و اندیشه که از آغازین روزهای کار به نیکی همراهی مان کردند.

و دیگرانی که هر کدام در روند به پایان رسیدن این پروژه ما را یاری نمودند:

برادران وحید حیاتی (مسئول واحد پژوهش خانه هنر و اندیشه)، سید حمیدرضا قادری، امیرحسین پیش آهنگ (که در خوانش چندباره کتاب و رفع نواقص آن به دقت کوشا بود)، روح الله عطایی، محمد رفعتی، مرتضی سمیع زاده و علی حایری (مدیریت چاپ و نشر مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما)؛

به ویژه از دفتر مطالعات و برنامه ریزی رسانه ها جهت همکاری در چاپ این کتاب؛

امیدواریم این سلسله آثار در حرکت علمی و پژوهشی اهالی ایران زمین مفید واقع شوند.

ان شاءالله

پاییز ۱۳۸۸

در نسبت دین و ارتباطات

در نسبت دین و ارتباطات

این کتاب درباره رسانه ها و دین است و نه دین و رسانه ها. در واقع در این تعبیر، محور اصلی رسانه ها بوده و نسبت دین با رسانه ها بررسی شده است. در یک کلام می توان گفت اثر حاضر به بررسی تطبیقی یا چندفرهنگی خارج از حوزه امریکا و اروپا ــ به ویژه جوامع اسلامی ــ در آن دیده نمی شود. نگاه کوتاهی به فهرست منابع و کتاب شناسی اثر حاضر نشان می دهد که این فهرست فاقد آثار دیگر اندیشمندان ــ به ویژه اندیشمندان جهان اسلام ــ درباره دین و رسانه است.

دین در جامعه امریکا و به طور کلی در غرب، امر محوری نبوده و در حاشیه قرار دارد. البته این امر در کشورهای مختلف اروپایی و امریکا متفاوت است. این در حالی است که در جوامع اسلامی (و نه لزوماً در دول و نظام های حاکم بر کشورهای اسلامی) دین امری محوری بوده و با فرهنگ کاملاً آمیخته شده است. بدین ترتیب واژه دین در میانه مسلمانان بیان کننده راه زندگی است نه یک سازمان و یا بخشی از جامعه.

گرچه قرن هاست دین مسیحیت بر امریکا تسلط دارد ولی در تاریخ، جامعه و نظام امریکا دین رسمی و ملی وجود ندارد. در واقع یکی از مشخصه های اصلی جامعه امریکا این است که فرقه ها، ادیان و مذاهب مختلف بیش از هر کشور دیگری در آن جلوه می کنند. این امر ــ

همان گونه که در کتاب حاضر نیز به آن اشاره شده است ـ تنوع مذهبی و دینی امریکا را نشان می دهد.

در یک قرن اخیر، دانش ارتباطات و اطلاعات در غرب در چند مسیر اصلی شکل گرفته است که می توان آن را در ۱۰ رویکرد اصلی زیر خلاصه و طبقه بندی کرد:

رویکرد ریاضی و فرمانش شناسی (سایبرنتیک)، رویکرد سیاسی و جامعه شناختی، رویکرد مردم شناختی و زبان شناختی، رویکرد روان شناختی، رویکرد اقتصاد سیاسی، رویکرد حقوقی، رویکرد ادبی و فرهنگی، رویکرد فلسفی و پدیدارشناختی، رویکرد بیولوژیک و ژنتیک و نهایتاً رویکرد روزنامه نگاری. نمونه این گونه رویکردها را می توان در آثار افرادی همچون کلاد شانون، وارن ویور، نوربرت وینر، هارولد لاسول، رابرت پارک، کارل هاولند، ادوارد هال، نوام چامسکی، هارولداینیس، مارشال مکل لوهان، ژان فرانسوا لیوتارد، ژاک الول، یورگن هابرماس، والتر لیپمن و دیگران مشاهده کرد.

آنچه ما در این گونه مطالعات و ادبیات نمی بینیم، چیزی است که نام آن را رویکرد معنوی و دینی در ارتباطات می گذارم؛ در واقع موضوعات مربوط به دین و معنویت با رویکردهای جامعه شناختی، روان شناختی، مردم شناختی و اقتصاد سیاسی و... بررسی می شود. متأسفانه این رویکرد در کشورهای اسلامی نیز ـ که روزگاری مشعل

علم، حکمت، اطلاعات و ارتباطات را در دست داشته اند و دارای رویکردهای معرفت شناختی خاص خود هستند _ متداول و در بسیاری از حوزه های علمی و دانشگاهی حاکم شده است.

حاصل این نگاه تقلیل گرایانه، استحاله مفهوم و رشته ارتباطات در دنیای غرب در طی چند دهه گذشته بوده است. این امر به تدریج در طی چند مرحله صورت گرفته است. مرحله اول این استحاله، جدا کردن حکمت از دانش بود. در واقع در لایه ای عمیق تر، جدایی دانش و ارزش بود که حکمت را از دانش جدا ساخت. مرحله دوم این روند ترجمه و تبدیل دانش به اطلاعات و جمع آوری اطلاعات و داده ها به صورت پراکنده و متفرق بود. بدین ترتیب وحدت بین انسان و دانش او شکسته شد و معنویات و دین (به عنوان راه کامل زندگی) از دنیا جدا گردید و آسیب دید. در این زمینه دو موضوع را باید در نظر دا شت؛ نخست اینکه ادیان الهی در جوامع مختلف بشری سیر متفاوتی داشته اند. جریان کلیسای کاتولیک و پروتستان در مسیحیت با جریان دین در جوامع اسلامی کاملاً ـ متفاوت است. بنابراین مفهوم دین در دنیای غرب و دنیای اسلام دو چیز مختلف است ولی می تواند جوانب مشترکی نیز داشته باشد.

موضوع دومی که باید یادآور شد، این است که رشته ارتباطات در دنیای غرب در یک محیط سکولار (غیردینی و در برخی موارد ضد

دینی) و تحت نظـام سیاسـی و اقتصـادی معروف بـه ملـت _ دولـت کـه متضـمن مجمـوعه ای از تفکرات سـرمایه داری و سوسـیالیستی بـود، پرورش پیـدا کرد و شـاخه هـای آن اغلب به صورت مجزا و عمودی بوده و در جهت حفـظ نظـام موجود و زیرسـاخت هـای آن عمل می کرد؛ برای نمونه رویکرد ریاضـی و سایبرنتیک ارتباطات از مطالعه فن آوری ها و به ویژه تلفن، رادار و رایـانه به وجود آمـد ولی همین الگوی ریاضـی بر حوزه هـا و بخش های دیگر جوامع ماننـد سـیاست، اقتصاد و جنگ حـاکم شـد. رویکرد سیاسـی ارتباطـات در نـتیجه مطالعـات تبلیغـات رسیاسـی و جنـگ روانی و توسـعه مفهـوم دموکراسـی و مشـارکت در غرب شـکل گرفت. رویکرد دوم شـناختی و زبـان شـناختی و به ویژه ارتباطـات میـان فرهنگی برای حل و فصـل مشـکلات دنیای اسـتعمار و سـلطه گرایی در اروپا و امریکا توسـعه پیدا کرد و سـپس جوانب تئوریک و نظری را در برگرفت. روش جـامعه شناسـی ارتباطـات با نظریات ماکس وبر جامعه شـناس آلمانی درباره اخلاق پروتسـتان و تأثیر آن بر توسـعه نظام سرمایه داری و تجـددگرایی (مدرنیته) درآمیخت و نظریات متداول امروزی ارتباطات و توسـعه و... را به وجود آورد. بسـیاری از رویکردهـای ارتباطـات در تقویت ملی گرایی (ناسـیونالیسم)، سوداگرایی، مصـرف گرایی و دنیاگرایی عمل کرد. آنچه می توان این خطوط عمومی رویکردها را ریشه بندی کرده و وحدت بخشد، مفهوم و عامل

جهان بینی است. عامل جهان بینی در رویکردهای متداول ارتباطات غرب نیمه پنهان است. دین به معنای راه زندگی و به معنای وحدت خالق، مخلوق و طبیعت در عامل جهان بینی خود را نشان می دهد.

نسبت دین و ارتباطات با این پرسش اساسی آغاز می گردد که اصل و پیدایش انسان از کجاست و رابطه او با خالق خود، با جامعه، با انسان های دیگر و با طبیعت، محیط و جهان چیست؟ در این چهارچوب دینی و اسلامی، ارتباطات ابعاد مختلف ولی به هم پیوسته ای دارد. اطلاعات در جامعه با ارزش رابطه دارد و نمی تواند بی طرف و خنثی باشد. از دیدگاه اسلام، ارتباطات با حکمت علم دانش اطلاعات و داده ها سروکار دارد و همه اینها باید به هم پیوسته باشند.

علم در معنا و مفهوم غربی آن، به مشاهده ها و بررسی عوامل حسی و خارجی اکتفا می کند. این نوع نگاه به علم باعث می گردد که انسان به عنوان نتیجه تکامل حیوان ها معرفی گردد. در مقابل این نوع نگاه، دین، پیدایش و اصل انسان را در خلقت می بیند. در واقع غرب موضوع خلقت را کنار گذاشته و از تکامل انسان و مطالعه نظم اجتماعی و فردی صحبت می کند.

به تدریج، رشته ارتباطات در غرب ـ که در دوران باستان و قرون وسطی با هنر مترادف بود ـ جنبه علمی به خود گرفت. می توان گفت از منظری اسلامی، سکه ارتباطات دو رو دارد که عبارت است از علم و

هنر؛ ارتباطات از دیدگاه دین، هنر، شعر، معماری، عرفان و فلسفه با دیدگاه امروزی علم ارتباطات در غرب کاملاً متفاوت است. مطالعه ارتباطات از منظر قرآن، مولوی، ابن سینا، رازی، فارابی و... همگی نظریه های امروزی متداول ارتباطات در غرب را به حاشیه می راند. در واقع، تمدن ادامه توسعه و تکامل ابزارآلات و جوانب فیزیکی انسان است در حالی که فرهنگ و ارتباطات با پرسش های معنوی و غیرمادی بشر سروکار دارد.

می توان گفت تنها فرهنگ اسلامی است که توازن ظریف میان فرهنگ های شفاهی و خطی ارتباطات میان فردی و واسطه ای را حفظ نمود. فرهنگ چاپی و الکترونیک در غرب به جمع شدن قدرت در دست عده ای محدود کمک کرده و تمرکز تأسیسات دولتی و ایجاد انحصارهای شرکتی را موجب شد. هر چند توسعه علم و آموزش و صنایعی همچون چاپ، انحصارگری کلیسای مسیحیت و دیکتاتوری شاهان آن زمان را شکست داده و به انقلاب صنعتی، انقلاب فرانسه و تجددگرایی منجر گردید ولی این جریان سکولار ارتباطی در گسترش معنویت در جامعه، حمانیت از دین، ایجاد مساوات اجتماعی و اقتصادی و سیاسی، جلوگیری از سلطه گری، امپریالیسم و جنگ های جهانی موفق نشد.

امروزه تعارض بنیادین هستی شناختی و انسان شناختی میان دو الگوی متفاوت دینی و سکولار در علوم اجتماعی، بیش از همه در عرصه فرهنگ اجتماعی، مطبوعات و رسانه های جمعی خود را نشان داده است. با ملاحظه مسائل و مشکلاتی همچون خودبیگانگی مردم از تمدن ماشینی، ناهنجاری های ناشی از زندگیِ به اصطلاح مدرن و کمبود عاطفه و محبت بین افراد، طبیعتاً توجه به مطالعه درباره رسانه ها و دین افزایش پیدا کرده است ولی توجه به ارتباط شناسی معنوی و دینی از طلوع انقلاب اسلامی ایران احیا گردیده است. در واقع چند دهه پیش بود که اندیشمندان رشته ارتباطات به اهمیت فرهنگ به عنوان یک مفهوم اجتماعی پی بردند ولی پژوهشگران و محققان ارتباطات در حال حاضر اغلب از یک منظر معرفت شناختی قوم مدار به فرهنگ و دین می نگرند. در چنین وضعیتی تفاهم بینافرهنگی حاصل نخواهد شد مگر اینکه رویکردهای نظری به این رشته اهمیت مکاتب فکری دیگر را به رسمتی بشناسد. بنابراین نیاز به شناخت فرهنگ و دین در سطوح بنیادین و به ویژه معرفت شناختی وجود دارد.

نظریه پردازی درباره ارتباطات و اسلام در چهارچوب یک اسلوب معین، سال ها پیش از پیروزی انقلاب اسلامی ایران از طرف نگارنده این مقدمه آغاز گردید و این موضوع در دهه های اخیر چه در غرب و چه در کشورهای اسلامی توسط دیگران دنبال شده است. در حقیقت

برای من شـناخت ارتباطات اسلامی و دینی دریچه ای برای درک پدیده انقلاب اسلامی بود. پیروزی انقلاب اسلامی ایران در مقـاله ای که این جانب با نام ارتباطات جمعی، نخبگان و نظام های ملی در خاورمیانه به کنگره جهانی علوم ارتباطات و روابط بین الملـل در سال ۱۹۷۴ میلادی (۱۳۵۳ شمسـی) ارائه دادم، پیشن بینی می شـد. پنـج سـال بعـد و در آسـتانه پیروزی انقلاب اسـلامی ایران مقاله نگارنده با نام تکنولوژی در مقابله با سنت: (Journal of Communication) به چاپ رسید که در آن به بررسی نقس سنت و دین در پیروزی انقلاب اسلامی ایران پرداخته بودم.

بـا همه این بایـد دانست که ترویـج و توسـعه نظریه ها و الگوهای جدیـد و نوآورانه هیـچ گاه آسان نبوده است. در سال ۱۹۹۰ میلادی (۱۳۶۹ شمسـی) در آسـتانه فروپاشی شوروی و یوگسلاوی در یک سمینار بین المللی با موضوع جامعه مدنی و جامعه اطلاعاتی ــ که با حضور کارشناسان ۲۳ کشور در شهر لوبلیانا در جمهوری اسلوانیا تشکیل شده بود ــ شرکت داشتم. شرکت کنندگان ممالک اروپایی و آمریکایی نه تنها از شنیدن گزارش من با نام جامعه مدنی، جامعه اطلاعاتی و جامعه اسلامی؛ یک مطالعه تطبیقی اظهار شـگفتی کردند، بلکه عده قابل توجهی از این اسـتادان جامعه شناسـی و ارتباطات غرب از اینکه اسـلام از آغاز ظهور، حکومت، دولت و جامعه مدنی ویژه ای را

تشکیل داده و دین را از سیاست جدا نکرده است، اظهار بی اطلاعاتی کردند. نکته جالب توجه این بود که این اجلاس بیش از یک دهه پس از پیروزی انقلاب اسلامی ایران برگزار می شد. عدم آگاهی و درک این عده از دانشگاهیان غرب از اسلم و ارتباطات در آن جلسه به قدری خجالت آور بود که فصل نامه علمی رسانه، فرهنگ و جامعه (Media, Culture Society) از بنده دعوت کرد که شماره ویژه ای با نام اسلام و ارتباطات به سردبیری این جانب و پروفسور فیلیپ شلزینجر از بریتانیا (اسکاتلند) منتشر شود. این شماره ویژه که حاوی مقاله های برخی از دانشمندان جهان اسلام بود، نخستین شماره یک فصل نامه غربی درباره نظریه های ارتباطات و رسانه های اسلامی بود. متأسفانه این شماره _ که پرتیراژترین شماره در تاریخ این نشریه بوده است _ چندان مورد توجه مجلات رسانه ای و ارتباطی ایران قرار نگرفت و تا امروز نیز اقدامی جهت ترجمه و توزیع آن صورت نگرفته است.

در سال های اخیر، موضوع دین و ارتباطات بیش از پیش مورد توجه و مطالعات و تحقیق دانشگاهیان، فرهنگیان، دولت مردان و رسانه ها قرار گرفته است؛ برای نمونه در سال ۲۰۰۳، فصل نامه معروف ارتباطات بین المل (Thr Journal of International Communication) مقاله اصلی خود را به نوشتار بنده با نام ارتباطات، فلسفه و دین اختصاص داده و بدین وسیله از استادان رشته

ارتباطـات درخواست کرد که در این بـاره و آینـده تحقیق در ارتباطـات بین المللـل مقاله ها و نظریه های خود را جهت شـماره ویژه ای که در سال ۲۰۰۴ در این باره منتشر خواهد شد، ارسال دارند.

بی تردیـد بحران سیاسـی و مطبوعاتی چند سال اخیر در جامعه ما بی ارتباط با این مسائل نیست. دیدگاه های دینی، اسـلامی و بومی از جمله مباحثی است که نیاز به بررسـی و تبیین بیشتری دارد و من کوشـش کرده ام به سـهم خود چه در غرب و چه در ایران و کشورهای اسلامی مطالعه و تحقیق را در این حوزه ادامه داده و همکاران و دانشجویان خود را به این امر تشویق نمایم. از آن جمله در دو کتاب ارتباطات جهانی در حال گـذر: پایان چنـدگونگی؟ و الگوی مطبوعات و رسانه های ا سـلامی که به زبان فارسی منتشر شده و در دسترس علاقه مندان است، تلاش نموده ام تا به بررسی نسبت دین و رسانه ها بپردازم.

زمـانی که ناشـر پیشـنهاد نگـارش مقـدمه ای بر این اثر را ارائه داد، آن را پـذیرفتم؛ زیرا هم با نوشـته ها و دیـدگاه های مؤلف آشـنایی دارم و هم با خود ایشان به عنوان یک اسـتاد دانشـگاه و هم قطار در رشـته ارتباطات. از سوی دیگر معتقدم که ترجمه هر کتـاب خـارجی به زبان فارسـی در هر رشـته ای که باشـد، بایـد با یک مقـدمه همراه باشـد تا خواننـدگان، آن کتاب را در چهارچوب محدودیت های فرهنگی، زبانی، سیاسی و

اقتصادی و میزان وسعت و عملیاتی بودن یا نبودن آن ملاحظه و قضاوت کنند.

آشنایی من با پروفسور استوارت هوور به بیش از دو دهه پیش برمی گردد. در این مدت ما در بسیاری از همایش های مربوط به رشته ارتباطات و حوزه دین و رسانه در امریکا و اروپا با همدیگر شرکت داشتیم. پروفسور هوور یکی از چهره های شناخته شده این رشته در امریکا است و سال هاست با حوصله و صبر توانسته با کمک همکاران و دانشجویان خود در دانشگاه کلرادو اهمیت دین در عصر رسانه را در جامعه دانشگاهی، علمی و دینی تبیین نماید. این اثر ایشان که به زبان فارسی ترجمه و در اختیار علاقه مندان قرار گرفته است، یک خدمت مهم در دانش و آگاهی ما درباره نقش رسانه ها و دین در عصر به اصطلاح اطلاعات در جامعه امریکا است.

بیا تا گل برافشانیم و می در ساغر اندازیم

فلک را سقف بشکافیم و طرحی نو دراندازیم

سید حمید مولانا

مهرماه ۱۳۸۸ / تهران

سپاس نامه

سپاس نامه

به ثمر رسیدن چنین پروژه ای بدون حمایت بسیاری از افراد غیر ممکن بود. به ویژه وقتی که کار، تعاملی بوده و مدت زمانی طولانی تر از آنچه که باید، بطلبد. هنگام انجام این پروژه من با دو سمت مدیر موقت گروه ژورنالیسم و ارتباطات جمعی دانشگاه کلرادو مشغول به کار بودم. این تجربه باعث سپاس گزاری پیش از پیش من از تعهدات مدیریت دانشگاه در قبال تحقیقات علمی شد. تحقیق انجام شده را مدیون کمک های مالی سازمان اوقاف لیلی به ویژه کمک و حمایت دکتر کِرِیگ دیکسترا و دکتر کریس کوبل هستیم و متشکرم از این سازمان به خاطر تعهد و باورش نسبت به ما. از همان ابتدای کار، کریگ دیکسترا علاقه خود را برای همکاری نشان داد. تاملات و تشویق های ایشان دارای ارزش مضاعف هستند؛ زیرا خود، فرهیخته ای ارزشمند در زمینه دینداری معاصرند.

در این چند صفحه، سپاس گزار کمک های فراوان تیم تحقیقاتی ام هستم. لین شافیلد کلارک، همکار و محقق همراه من در این پروژه بود. از لین به خاطر اطلاعات ارزشمند، نظرات و تشویق های وی در مراحل

گوناگون پروژه و همچنین تلاش های بی وقفه اش در جایگاه مدیر و عضو تیم های تحقیقاتی متشکرم.

رویکرد ما به تحقیق، شامل محققان میدانی و تحلیل گر است. در اینجا دوست دارم از زحمات هنریک بوئه، دایان آلترز، جو چمپ، لی هود، دنیس واکِر، میچل مایلز، کریستوف دمونت هاینریش، اسکات وبر، آنا ماریا روسو لِمور، جین کیو پارک، مونیکا امریش، کورتیس کوتس و کاری اسکاگبرگ در مراحل گوناگون پروژه و تحقیقات میدانی قدردانی کنم.

همکاران من در رشته های مطالعات رسانه، مطالعات فرهنگی و مطالعات دینی کمک های فراوانی به این پروژه کرده اند. از نظرات، تاملات، عکس العمل ها و تشویق های افراد زیر، قدردانی می کنم:

کاتزین آلبانس، نانسی آمرمان، کوئابنا آساموِوا گیادو، لیز برد، برندا برشر، هایدی کمپل، جیم کری، جوی چارلتن، کلیف کریستینز، جرج کانکلین، نیک کولدری، دنیل دیان، جی دِمِراث، فرد دِنی، اریکا داس، مارا اینشتین، ژان فِرنبک، جان فِره، دنا نس فرانتز، فای گینزبرگ، اریک گورملی، ران گرایمز، لری گراس، اینگون هاگِن، سیز هاملینک، دان هندلمن، ماری هِس، بیرگیتا هویر، هورسفیلد، ژانت جاکوبس، کلاوس جنس، الیهو کتز، باربرو کِلین، شاون لَندرس، برایان لارکین، پتی لیمریک، الف لیندرمن، سونیا لیونگستن، میا لووهایم، جیم لال، نات

لانـدبای، دنیس مـک گیلوری، بیـل مـک کینی، جفری ماهـان، مـارتین مـارتی، کـارولین مـاروی، آدان مـدرانو، بیرژیت مِیر، جولیـون میچـل، دیویـد مورگـان، هوراس نیوکـامب، تورلیف پـترسِن، سـالی پرومی، کلارک روف، میشـل روزنتـال، اریک رزنباهلر، رالف ساتیر، راجر سیلورستِن، جویس اسـمیت، جودیت استیسـی، دن اسـتوت، ربکا سولیوان، گوران تربورن، گونتر توماس، پرادیپ توماس، شام توماس، استیو وارنر، هیلاری وارن، مایکل ولکر، دایان وینسـتن، مالوری وبر، لینـدا وودهـد، باب وتناو، باربی زلیزر و آنجلا زیتو.

اگر اسم کسـی جـا افتـاده است، معـذرت می خواهم. بسـیاری از اطلاعـات و گفت وگوهـای مفیـد در کنفرانس هـای انجمن ارتباطـات بین المللی، انجمن بین المللی رسـانه و تحقیقـات ارتباطـات، انجمن محققـان اینـترنت، انجمن آموزش ژورنـالیسم و ارتباطـات جمعی، آکادمی دین امریکا و انجمن مطالعه علمی دین ردوبل شدنـد. کنفرانس های ادواری رسانه، دین و فرهنگ در بولـدر، ادینبورگ و لوییزویل و نشـست های تخصصـی اُپسالار سوئد، هایدلبرگ در آلمان و جیواسـکیلا در فنلاند تشـکر ویژه ای داشته باشم.

هیئت مطالعـات بین المللی رسـانه، دین و فرهنـگ نیز با حمایت های مالی بنیاد استیچینگ پورتیکوس توانست نقش مهمی در این میان داشته باشد.

این کتاب در میان اولین مجموعه جدید رسانه و دین قرار دارد. دوست دارم از همکاران ویراستارم، دیوید مورگان و جولیون میچل به خاطر زحماتشان و بازبینی پروژه تشکر کنم. همچنین می خواهم از راجر تورپ ویراستار انتشارات راتلیج یاد کنم که کـل مجموعه را بـازبینی کرد و از اهمیت نقش این کتـاب گفت. همچنین از ویراستار مجموعه حاضر لیزلی ریـدل بی نهایت سپاس گزارم.

در آخر اینکه خانواده هر فرد نقش مهمی در به سرانجام رساندن پروژه ای مانند این دارد. در یکی از کتاب هایم اشاره کردم که پدرم ویلبر آر. هوور که هنگام نوشتن این کتاب فوت شد، نقش مهمی در علاقه مندی من به رسانه به خاطر علاقه خودش به اخبـار داشت؛ او به دلیـل روحیه جست وجوگرش مرا به تحقیق علاقه منـد کرد و او که خودش معلم دینی و مبلغ بود، آتش جذبه دینی را در من شعله ور کرد. متشکرم از مادرم، خواهرم، برادرانم و اقوام نزدیکم که نوشته های مرا می خوانند.

و در آخر سپاس گزارم از همسرم کـارن که یـار، هم سفر، رفیق شفیق و دوست من در همگی لحظه هـا حتی پیـاده روی و اسکی بود. حمایت او از من در این پروژه نقش به سزایی داشت.

استووارت ام. هوور

مزرعه آراپاو، کُلُرادو

درآمد

در امتـداد قرن بیست و یکم، دین و رسانه روز به روز بیشتر با یکـدیگر مرتبط می شونـد. بخش اعظم مذهب و معنویتِ دوران معاصـر، از طریق رسـانه درک می شود و رویـدادها و نمادهـایی مهم، بـا فراوانی روزافزون ظـاهر می شونـد. تنها در سال های اخیر، شاهد رویدادهای رسانه ایِ حملات تروریستی ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ و ۷ ژوئیه ۲۰۰۵، پوشش وسیع رسوایی های کلیساهای کاتولیـک آمریکـا و اروپـا، درگیری هـای عمومی گروه هـای مـذهبی دربـارهٔ ارزش های اجتماعی ای چون حقوق هم جنس بازان، غلبهٔ گفتمان های رسانه ای دین بر مبارزات سیاسـی آمریکا و ظهور مجدد دین در حیات سیاسـی و اجتماعی اروپا بوده ایم. هم چنین [فیلم] مصائب مسـیح اثر مِل گیبسن (۱) و فیلم چه نـاگفته ای می دانیم اثر ویلیام آرتز، (۲) پیوستن تام کروز به جان تراولتا به عنوان نماد

۱- . The Passion of the Christ

۲- . فیلـم What the Bleep Do We Know? محصول سـال ۲۰۰۴. ساختهٔWilliam Arntz's. این فیلم، فلسـفه، عرفـان و علم را در جست وجـوی معنـای حیـات به هم می آمیزد. در آمریکـا به عنوان نقطـهٔ مقابـل اثر دگماتیـک و سـنتی تر گیبسُن بینندگان زیادی کسب کرد.

نمـایش روزافزون معنـویت و دین به Kabbalah(۱)، Scientology(۲)، ایفـای همین نقش توسـط مَـدونا در ارتباط با صـورتِ گوتیـک، وحشــتناک، علمی ــ تخیّلی، جـادویی، اســرارآمیز و غیر متعـارف در تلویزیـون و ســینمای عـامّه پســند و مشـاجرات دربـارهٔ نفس حضور دین ــ به انحای گوناگون ــ در رسانه نیز از همین نمونه است؛ بنابراین، دیگر نمی توان حوزه هـای دین و رسـانه را به آسانی از یکـدیگر تفکیک کرد. این کتاب به دنبال آن است که شـیوه های امتزاج و برخورد رسانه و دین در تجربهٔ فرهنگی مخاطبان رسانه را ترسیم کند.

اندیشـیدن دربـارهٔ روابـط میـان دین و رسانه در قالب های نهادی، برای ما آسان بوده است. ما، دین را به عنوان مجموعه ای از سنّت ها، عقاید، اَعمال و نهادها تلقی کرده ایم که در جایگاهی مسـتقل و مشابه فرهنگ قرار دارند. هم چنین فرهنگ را صرفاً به عنوان میسّـِرکنندهٔ ارتبـاط، تعامـل، خـاطره و تاریـخ در درون روابط اجتماعی، از طریق تأمین زبان و موقعیت های تعاملی به حساب می آوریم. در این دیدگاه رایج، جامعه دارای مجموعهٔ طبقات سخت و محکمی است که انسان ها باید عمل کردن در داخل آن را بیاموزنـد. جامعه، ساختارها و مرزهایی فراهم می کنـد که در درون آن ها مقولاتی چون فرهنگ و دین کار خود را انجام می دهند و هویت فردی، به نوعی نتیجهٔ این عوامل است و توسط آن ها محدود و حتی تعیین می شود.

۱- . دین فلسـفی که از فنون گونـاگون روان درمـانی برای ایجـاد رهـایی معنوی و عـاطفی اسـتفاده می کنـد و در سـال ۱۹۵۴ توسط L. Ron Hubbard در کالیفرنیا بنیان گذاشته شد. (م.)

۲- . مجموعه ای از آموزه های عرفانی یهود. (م.)

این قیاس اجتماعی ــ نظری، توسط روندهایی در حیات سیاسی و اجتماعی معاصر، به دلیل تغییر و تکامل رسانه در حال تضعیف است. شخصیت های رسانه ای و سرگرم کننده برای جلب توجه و نفوذ، با نهادهای اجتماعیِ سنّتی و رهبران آن ها رقابت می کنند. امروزه بازار، در حیات اجتماعی و فرهنگی، نقشی تعیین کننده دارد. تجربه های مشترکِ رسانه ای هستند که طرح و شرایط گفتمان اجتماعی و سیاسی را تعیین می کنند. از طریق این روندها، فرهنگ به شکلی فزاینده و با نوعی استقلال، عمل می کند که از جهات گوناگون بی سابقه است.

هم زمان، اَعمال دینی در حال تغییر است و افراد، مسئولیت بیشتری در جهت گیری جست وجوی معنوی خود بر عهده می گیرند. با این جست وجو، نفوذ و مشروعیت همهٔ ادیان رسمی به شکلی فزاینده زیر سؤال رفته است. قدرتِ مشروعیّت بخشی، بیشتر و بیشتر در دستان جست وجوگر قرار گرفته است؛ زیرا وی برای کسب بینش دینی یا معنوی، به دامنهٔ وسیع تری از منابع و زمینه ها ــ فراتر از موارد سنّتی ــ می نگرد. همهٔ این مسایل، رسانه را در کانون این روندها و درکِ ما از آن ها قرار داده است.

مجموعه ای از ناظران، دربارهٔ روابطِ در حال تکاملِ دین و رسانه اندیشیده اند. برخی به خاطر نفوذ رسانه در اَشکال سنتی تر و اصیل ترِ بیان و عمل دینی، تأسف خورده اند. بقیه هم، نفوذ منافع دینی در رسانه و از طریق رسانه را محکوم کرده اند؛ با این حال، برخی دیگر، از آن چه جهت گیری ضدّدینی رسانه می خوانند، انتقاد کرده اند. در این میان با مشهورتر شدن منافع، جنبش ها و افراد دینی در حیات اجتماعی و

سیاسی معاصر، دین بیشتر و بیشتر به موضوع تتبعات ژورنالیستی تبدیل شده است.

آن چه در گفتمان عمومی (۱) عمدتاً مغفول مانده است، تمرکز بر نقش دریافت (۲) و معناسازی توسط مخاطبان رسانه در این روندهاست. در میان کسانی که به فصل مشترک رسانه و دین پرداخته اند، نام جون پیک (۳) هنرمند کره ای ــ آمریکاییِ تولیدکنندهٔ ویدیویی قابل ذکر است. او چندین اثر تولید کرده که مجسمه ای از بودا، ما را به گفت وگویی دربارهٔ به تصویر کشیدن، (۴) بازنمایی و دریافت، وارد می کند. در دو مورد از این آثار، بودا به یک دوربین و صفحهٔ نمایش می نگرد که صحنهٔ جلوی دوربین، خودِ بودا را نشان می دهد. (۵) این استعارهٔ دایره ای، می تواند بسته یا باز دیده شود. تفسیر بسته، نفس گرایی (من گرایی) (۶) یک دین را در کانون توجه قرار می دهد که از طریق جذابیّت تکنولوژی، بر خود تمرکز دارد. تفسیر باز، بر این معنا تمرکز دارد که تعلیمات دارما، (۷) از طریق تکنولوژی، آرمانی و بازنمایی می شود و در نتیجه، این سؤال طرح می شود که کدام یک واقعی تر است: تعلیمات یا تصویر؟ و نیز این

۱- . اما، چنان که خواهیم دید، نه در گفتمان دانشگاهی بلکه در آن مجموعه جهت گیری های بحث برانگیز و مولد، تحت تأثیر فرهنگ گرایی، توسعه یافته است.

۲- . reception

۳- . Nam June Paik

۴- . visualization

۵- . می توانید این آثار را در http://www.paikstudios.com ببینید.

۶- . نفس گرایی((Solipsism نظریه ای مبنی بر این که تنها چیز موجود یا قابل شناسایی، نفسِ انسان است. (م.)

۷- ۱۱. دارما (dharma) یا دکترین بودا (بودیسم). (م.)

پرسش که آیا بازنمایی تعلیمات، بیشتر از خود تعلیمات اصیل است یا کمتر؟ وارد کردن تکنولوژی به دین، چنان که در کار جون پیک دیده می شود، مجموعه پرسش های جالبی برای ما ایجاد می کند. مانند این که، آیا بازنمایی و دریافت سنّت بدین طریق، به نوعی ماهیت دین و عمل دینی را تغییر می دهد؟ می توان این گونه برداشت کرد که پیک خاطرنشان می کند تکنولوژی، در واقع موضوع را در سطح بنیادینِ عملِ دیدن متمرکز می کند و این که دیدن، عمل اصیل است و نه بازنمایی؛ بنابراین به جای تهدید سنّت، با تکنولوژیزه کردن آن یا برگرداندن نگاه سنّت به خودش، می توان این گونه استدلال کرد که حقایق، ادعاها و جست وجوهای بنیادین دین، در عصر رسانه باقی می مانند، ولی در اَشکال جدید و با تأکیدی نو. بنابراین توجه پیک بر زمینه و عمل دریافت به عنوان نقطهٔ حیاتی ورود به تحلیل، متمرکز است. برای وارد شدن به روابطِ احتمالاً دایره وار میان دین و رسانه، باید یک جا بایستیم و شیوه های درکِ دین رسانه ای در حیات معاصر را بررسی کنیم.

پرسش اصلی این است که مردم با منابع دینی و معنوی چه می کنند و چه جایگاهی برای زمینه های وسیع تر خلق، توزیع و مصرف منابع دینی و معنوی ــ در عصری که این عملکردهای فرهنگی در قلمرو رسانه هستند ــ در نظر می گیرند؟

ورود به شیوه ای عمیق و نظام مند جهت تبیین این فرآیندها، شامل رویکردی مشخص نسبت به مجموعه ای از زمینه ها و روندهاست که شامل موارد زیر می شود: نقش فرهنگ به عنوان نیرویی مستقل که در کالاها و بازارها ریشه دارد، بازیابی و تقویت فرهنگ عامه پسند به عنوان

زمینه ای ارزشمند برای جست وجو و مفهوم دینی، چرخش به فرد و جست وجوی فردی برای یافتن هویت به عنوان پروژهٔ دینی اصلی، بازتعریف دین به شیوه ای غیرزمان مند با ایمان، معنا و معنویت و تبدیل نیروی مهم دریافت رسانه، به جست وجویی برای معنا و منابع معنادارِ فرهنگی و روایی. البته این دیدگاه، برخلاف انتظاری است که از بررسی دین در عصر رسانه ها می رود.

دین و رسانه تا حدّی به عنوان نیروهایی نهادی در حوزهٔ عمومی حضور دارند. دین، به شکلی فزاینده در طرف بازندهٔ منازعات بعدی است؛ زیرا رسانه ها هستند که بیشتر و بیشتر قواعد و روال های ورودِ نهادهایی چون دین به عرصهٔ گفتمان عمومی را تعیین می کنند. این موضوع، تاریخِ طولانی و جالبی دارد. با این حال، نشان خواهم داد که نگاه به چنین پرسش هایی، واقعیّت اجتماعی و فرهنگی بنیادی تری را نادیده می گیرد؛ افراد و گروه ها در سطحی کاملاً متفاوت ــ سطح رویّه های مبادله و مصرف فرهنگی ــ از مدت ها پیش، نقشهٔ نهادی بزرگ تر را رها کرده اند. اکنون فرهنگِ بازاری (دم دستی) و رسانه، به شیوه هایی عمیق و برگشت ناپذیر در رویه های معنا و هویت ادغام شده اند. این کتاب به بررسی این شیوه ها بر اساس تحقیق میدانی ای می پردازد که در آن، خانوارهایِ دارای رسانه در بحث هایی دربارهٔ معنا، دین، ارزش ها و هویت در عصر رسانه ها وارد می شوند.

به این منظور، جهت گیری پژوهشی ای را دنبال خواهیم کرد که در سال ۱۹۸۸ در بررسی گام های بعدیِ تحقیق در دین و رسانه و در

نتیجهٔ تمرکز آن دوره بر پدیدهٔ جدید تله ونجلیسم (۱) ترسیم شده بود:

نیاز به یک سطح میانیِ (۲) تحلیل را احساس می کنم، سطحی که به درک و توسعهٔ آن چه می توان دربارهٔ محتوای متراکم رسانه فهمید، بپردازد و این واقعیت را بپذیرد که این فرآیند، ابزاری نیست؛ بلکه از شکل گیری معنا توسط مخاطب در برخورد او با متونِ رسانه ای نشأت می گیرد که از طریق آن، برداشت های متنوّع امکان پذیر است. سطح تحلیل میانیِ من، با این گزارهٔ ساده آغاز می شود که همهٔ بینندگان به لحاظ اجتماعی یا فرهنگی یکسان نیستند. مخاطبان، ابعاد اجتماعی ــ فرهنگی ای دارند که نظام مند است؛ بنابراین به لحاظ کمّی قابل تحقیق هستند. این نکتهٔ حیاتی، به ما در تعریف معنای فرهنگی ای که آنان از متون تلویزیونی استنباط می کنند، یاری می رساند. (۳)

این کتاب، مرحله ای مهم از آن سفر تحقیقاتی است؛ هرچند به هیچ وجه حرف آخر نیست. به علل مهمی، فاصلهٔ میان آن ایده و این واقعیت، طولانی و پیچیده بوده است. ایدهٔ سطح میانی، به رسمیت شناختنِ ظهور یک رویکرد فرهنگ گرایانه به مطالعات رسانه ای و چرخش به سوی رویکردهای کیفی و مردم نگارانه به دریافت رسانه بود. پیشرفت زیادی در آن مسیرها صورت گرفته و ادبیاتی مستقل در حال توسعه است. تحوّل حیاتی دیگر برای این پروژه، گفتمانِ شبکهٔ رشدیابنده ای از دانشگاهیان بوده که فصلِ مشترک رسانه و دین را

۱- ۲. Televangelism

۲- ۳. middle level

۳- ۴. استوارت ام. هوور (۱۹۸۸)، اسطورهٔ تلویزیونی و مناسک: نقش حالت فضایی و معنای اساسی، در جیمز دابلیو. کری (ادیتور) رسانه ها، اسطوره ها و روایت ها: تلویزیون و مطبوعات. انتشارات sage، ص ۱۷۶.

اولویّت کار پژوهشی خود قرار داده اند. بسیاری از آنان به دلیل سهمی که در این مطالعه داشته و تلاش هایی که انجام داده اند، دانش ما را دربارهٔ این موضوعات افزایش داده و به این دلیل نامشان در این صفحات ذکر شده است.

با این حال، برای ایجاد این نوع تحلیل باید برخی پرسش ها و چالش های اساسی در نظریه و روش شناسی طرح شود. این کتاب به مباحث نظری می پردازد و می کوشد از میان آن ها راهی بیابد. در این فرآیند، عدالتِ کامل نسبت به عمق، وسعت و پیچیدگی آن ها رعایت نشده است. این کار، خود کتابی جداگانه می طلبد. به همین ترتیب، چالش ها و چرخش های روش شناختی ای که در طول مسیر دیده شده نیز به طور کامل قابل بررسی نبوده است. تلاش شده که این موارد با برخی جزییات تشریح شود؛ ولی مراجعه به پروژهٔ بزرگ تری که این مطالعه بخشی از آن است، برای خوانندگانی که در ابتدا به روش توجه دارند، ضروری خواهد بود.

در این جا به ریشه های نظری و روش شناختی، توجه کمتری شده است، تا اندازه ای به دلیل این که هدف این کتاب، نگاه نزدیک به تجارب و عملکردهای مخاطبان است و باید دربارهٔ این که چگونه بهتر می توان به آن سطح از پژوهش، توصیف و تحلیل رسید، تصمیماتی گرفته می شد. چنان که با جزییات بیشتر در صفحات بعدی خواهید دید، این مطالعات، دستاورد کار جمعیِ گروهی از محقّقان است. سهم زیادی از تفکّر، حاصل کار جمعی است و من، هر چه در طول مسیر تلاش کنم، نمی توانم به طور کامل نشان دهم که تعامل و همفکری با همکاران، تا

چه اندازه در رسیدن به این سطح میانیِ تحلیل مؤثر بوده است. این کار، به صورت یک تلاش انفرادی امکان پذیر نبود؛ زیرا محصولِ تصمیماتی جمعی در طول مسیر است. برای بررسی عملکرد مخاطب، لازم بود به جایی برویم که عملکرد صورت می گیرد؛ [یعنی] حوزهٔ داخلی خانوار و جایگاه انواع و اقسام گوناگون آن. برای درک این عملکردها در موقعیتشان، لازم بود ابتدا جایگاه پژوهشگر مشخص باشد، سپس نوعی همکاری میان پژوهشگر و مصاحبه شونده باشد که نقش تعیین کننده برای هیچ کدام در بر نداشته باشد؛ ولی شامل تعامل بین عناصر در آن موقعیت باشد.

هم چنین این کار نمی تواند کاملاً منفرد باشد؛ زیرا برگرفته از مجموعهٔ بزرگ تری از کارهای تحقیقاتی جمعی است که بر معناسازی در عصر رسانه ها متمرکز است. به منظور زمینه سازی برای چنین مطالعه ای که بر پرسش های مربوط به دین و معنویت تمرکز دارد، ابتدا لازم است شرحی کلی و اساسی دربارهٔ فرآیندها و رویّه های تجربهٔ رسانه ای در حیات داخلیِ خانوار و خانواده ارایه شود که کتابِ پیشین ــ رسانه، خانه و خانواده ــ (۱) به این زمینه پرداخت و ما در نقاط کلیدی در صفحات آینده به آن ارجاع می دهیم.

ضرورت آغاز با شرحی کلی تر، درسی مهم بود که از مراحل اولیهٔ این تحقیق آموختیم. علاوه بر درکِ این نکته که روش های کیفی و تفسیری، بیشترین تناسب را با پرسش های مورد بررسی دارند، دریافتیم

---

۱ – ۵. استوارت ام. هوور، لین شافیلد کلارک و دایان اف. آلترز با جوزف جی. چمپ و لی هود (۲۰۰۴) رسانه، خانه و خانواده، نیویورک: انتشارات Routledge.

که فرآیندها و رویه هایی که از طریق آن ها افراد به بیان، بازنمایی و تشریح تجارب رسانه ای خود می پردازند، پیچیده و ظریف است. به طور خاص، آن کتاب به ارایهٔ توصیفی در این باره می پردازد که چگونه سطوح درگیریِ (۱) بیان شده با رسانه، بُعدی مهم از معانیِ ساخته شده است.

برخی خوانندگان خواهند دید که احتمالاً این کتاب در مسیرهای مورد انتظار آنان حرکت نمی کند. کوشیده ام در فصل اول توضیح دهم که چرا این گونه است و از چه نظر این کتاب با دیگر کتاب ها متفاوت است. آن چه دربارهٔ این پروژه بیشترین اهمیت را دارد، تمرکز آن بر روّیه ها و پیامدهای مصرف رسانه است و تلاش می کند برای تحلیلِ نظریهٔ اجتماعی، به آن موضوعات بپردازد. این تمرکز، هم رویکرد پژوهشی و هم دامنهٔ پرسش ها و موضوعاتی که می توان به آن ها پرداخت را مشخص کرده است.

این مطالعه، مجموعه ادراکات مهمی دربارهٔ ماهیت عملکرد و ظرفیت های رسانه ایِ مربوط به دین و معنویت را فراهم می آورد تا انواع مشخصی از معانی و اعمال را پشتیبانی کند. در فصل آخر کتاب، برخی از نتایج بزرگ تر این کار، گردآوری و گفته شده که چگونه این آموخته ها می تواند برای دیگر مسیرها و پرسش های مهم، مفید باشد. چنین کتابی واقعاً نمی تواند به همهٔ پرسش ها بپردازد؛ بلکه نمونه ای متمرکز از تحقیقات علوم اجتماعی است که می کوشد از منابع نظری و روش شناختی مهم و متمرکز، در زمینهٔ مسایل اساسیِ روابط بین رسانه

۱- ۶. levels of engagement

و دین استفاده کند. هم چنین به شیوه های دینی و معنوی، به مسایل مربوط به تعامل و استفاده مردم از منابع رسانه ای بپردازد.

چند رویداد مهم در طی این مطالعات اتفاق افتاد. یکی از ارزش های رویکرد کیفی و تفسیری این است که به میزان کافی، انعطاف پذیر است تا خود را با چنین شرایط تاریخی ای وفق دهد. به دو مورد از این رویدادها _ حملات تروریستی ۱۱سپتامبر ۲۰۰۱ و انتخابات عمومی ۲۰۰۴ _ به طور خاص در فصل ۹ پرداخته شده است که می کوشد هم به تحقیق میدانیِ مربوط به رویدادهای مورد نظر و هم ادراکات ظریفی که از این تحقیق در تحلیل معانی و نتایج بالقوهٔ آن ها به دست می آید، بپردازد؛ بنابراین خواننده، کتابی خواهد دید که قصد دارد متمرکز باشد؛ ولی با این حال، مقدار قابل توجهی پیچیدگی و وسعت به نمایش می گذارد. این کتاب از جهات گوناگون، تنها یک آغاز است، نه یک حرف آخر.

این کتاب، به دلیل نگاه جامع به رفتارهای رسانه ای در حوزهٔ خانگی و تعهد به نگاه کلّی به این موضوعات، مطالعه ای بی نظیر است. این کلّیت تا حدّی به این دلیل مدنظر بوده تا مولد، (۱) یعنی در خدمتِ پشتیبانی از توسعهٔ مجموعه ای از تتبعات و بررسی ها دربارهٔ موضوعات، جایگاه ها، پیامدها و نتایج باشد. حداقلِّ هدف، این است.

همین طور که بیشتر و بیشتر در این قرن جلو می رویم، رسانه و دین هم چنان به تعامل و تکامل ادامه خواهند داد. اکنون بیش از سال ۱۹۸۸

۱- . generative

می توانیم ببینیم که تعامل بین دین و رسانه، مجموعهٔ مهمی از موضوعات و چالش های عمومی را برمی انگیزد. اهمّیت نتایجِ این تعامل، قطعاً افزایش خواهد یافت. حوزهٔ پژوهشی کاملاً جدیدی دربارهٔ رابطهٔ آن-ها در حال ظهور است و باید در خدمت ما به عنوان محققان، شهروندان، والدین، یا افرادِ مسئول حوزه های رسانه و دین باشد تا بهترین راهِ پاسخ به این تحولات را بشناسیم. هدف من، این است که این کتاب به عنوان یک ایستگاه میانی در این گفتمانِ در حال تکامل عمل کند. در این زمینه چیزهای بیشتری می توان گفت. فرآیند مداوم پژوهش دانشگاهی و آگاهانهٔ غیرکلیسایی (۱) ادامه می یابد و باید هدف چنین تتبعاتی باشد. میزان خدمات این کتاب ــ در سخن گفتن با آن گفتمان ها و پژوهش ها ــ معیار موفقیتش خواهد بود.

۱- ۸. lay

پاره اول: این کتاب درباره چه چیزی می توانست باشد؟

پاره اول: این کتاب درباره چه چیزی می توانست باشد؟

کتابی با نام دین در عصر رسانه، بلندپروازانه به نظر می رسد. هم‌چنین شاید چیستی محتوای آن، کاملاً روشن و مشخص به نظر رسد؛ ولی در واقع می توانست موضوعات متفاوتی داشته باشد. می توانست دربارهٔ تاریخ و چشم اندازهای آیندهٔ ادیان در عصری باشد که ــ هم‌چون عصر کنونی ــ تحت تسلط نهادهای رسانه های جمعی است. می توانست دربارهٔ اَعمال دینی باشد؛ یعنی شیوهٔ عمل به دین در فضای فرهنگ رسانه ای؛ حتی می توانست نوعی کتاب راهنما(۱) باشد. با این حال، عنوان کتاب، ایدهٔ مشخص تری نیز به ذهن می آورد؛ این پروژه، به دنبال کشف رابطه بین دین و رسانه است. به این ترتیب، شاید تصور شود که

۱- How to

می خواهیم نوع تـأثیر احتمـالی رسانه بر دین یا برعکس را بررسـی کنیم. دلایل خوبی برای این حـدس ها دربارهٔ جهت گیری کتاب وجود دارد. بیشتر چیزهایی که دربارهٔ دنیای رسانه و دین می دانیم، ظاهراً اصـطکاک میان آن ها را پیش بینی می کنـد. می توان گفت که هر دو، یک قلمرو را اشـغال می کننـد و حتی به سادگی، می توان چگونگی تعارضِ منافع احتمالی آن‌ها را تصور کرد. بخش عمدهٔ تاریخچهٔ رسـمی ما دربارهٔ ریشه های رسانه ها در غرب _ که با توسعهٔ چاپ در اروپا در قرن پانزدهم آغاز می شود(۱) _ معنای ضمنی تعارض با دین را به همراه دارد.

این گونه تصور می شود که چاپ، دوران کاملاً جدیدی برای ادیان حاکمِ آن زمان رقم زد؛ زیرا موقعیت دموکراتیک تری را میّسر کرد تا عموم خوانندگان، بتوانند فارغ از کنترل قدرتِ کشـیشان یا نهاد کلیسا، به آموزه ها و متون مقدّس دسترسی یابند ولی تاریخ، بسیار پیچیـده تر از این است. هر دو کلیسـای کاتولیـک و پروتسـتان، در نهـایت به نحوی بـا حوزهٔ در حال ظهور رسانه ها سازگار شدند.

این سازگاری، اجتناب ناپذیر بود؛ زیرا رسانه های به وجود آمده، نابودشدنی نبودند. چنان که الیزابت آیزنشـتاینِ مورّخ، نشان داده است(۲) که چاپ، هم برای نشر آثار چاپی و گسترش سواد اهمیت داشت و هم

۱- البته شواهد فراوانی وجود دارد که این فرآیند برای اولین بار قرن ها پیش در خاور دور ایجاد شده بود.
۲ - Eisenstein, Elizabeth (۱۹۷۹) The Printing Press as an Agent of Change, New York: Cambridge University Press, pp. ۲۲-۳۴. البتـه نتایـج دیگری نیز از ظهـور چـاپ ایجـاد شـد از جملـه تغییرات همزمان در شیوه های فهم و دانش دینی. برای نمونه نگاه کنید به: (Schneider (۲۰۰۱.

به دلیل سازماندهی ساختاری مجددیِ که در حوزهٔ اقتصاد و بازار ایجاد کرد، مهم بود که این، همان ظهور کانونِ جدید قدرت برای ناشر در حوزهٔ اجتماعی و فرهنگی بود.

هر چند کلیسای رُم _ که خود در آن زمان یک قدرت نهادی، اقتصادی و اجتماعیِ مستحکم بود _ پیش از ظهور چاپ، استقلال زیادی در قلمرو فرهنگی داشت، بعداً می بایستی برای خود، یک موقعیت جایگزینِ فرهنگی مستقل، در قالب صنعت چاپ تعریف می کرد.(۱) این مسأله، اجتناب ناپذیر شد؛ زیرا چاپ، یک فعالیت اقتصادی نیز بود که به تدریج، با پیشرفت مدرنیتهٔ اولیه به سوی صنعتی شدن، خود را در اقتصاد بازاری و تجارتِ در حال ظهور ادغام کرد. این واقعیت که چاپ _ و جانشینِ آن؛ یعنی رسانه _ تجاری بود و کالا تولید می کرد، در نتایجِ آن برای دین، اهمیت اساسی دارد. مرکزیّت تدریجی آن در امور اجتماعی، مدنی و دولتی، چیزی است که ما امروز به عنوان یک امر بدیهی می پذیریم؛ ولی ریشه های آن به پنج قرن پیش باز می گردد.

در تحلیل این مطلب، باید بگوییم که ریشه و تجلّی مرکزیّت رسانه، هم در اقتصاد سیاسی آن و هم در رابطهٔ آن با فرهنگ است. مبنای اقتصادی آن در سرمایه داری، استقلالی قوی و با ثبات به آن می بخشد که در کمتر تلاش انسانی به چشم می خورد. جایگاه فرهنگی رسانه، ناشی از ظرفیت آن است که می تواند هم شکل دهندهٔ فرهنگ و هم محصولِ همان فرهنگ باشد. این جایگاه دوگانه رسانه، تعیین دقیق

۱- و البته با تهدیدی نوظهور نسبت به قدرت خود در قالب یک جنبش _ جنبش اصلاح دینی _ مواجه شد که این تکنولوژی رسانه ای جدید را پذیرفته و از آن سود برده بود.

نقش و تـأثیر آن را به طور مشـخص، دشوار می کنـد. این موضوع، یکی از دلاـیلی است که مـا امروز، هنوز دربـارهٔ مـاهیت و میزان اهمیت رسانه، مطمئن نیستیم. برخی مفسّـِران، از این ملاحظات ساختاری فراتر رفته اند تا رابطهٔ تاریخی بین رسانه و دین را به شیوه ای بنیادی‌تر ببینند؛ مانند سخن معروف مارشال مک لوهان که گفت:

رسانه ها، به طور کلّی چگونگیِ درک و شناخت ما را نسبت به امور، تغییر داده اند.(۱)

والتر آنگ(۲) بحثی پیچیده تر و دقیق تر در همین مسیر ارائه می کند و می گوید:

تغییرات پی درپی در شیوهٔ غـالب ارتباطـات، توانـایی هـای حسّـِی بشـر را از حـاکمیّت چشم، به حـاکمیّت گوش منتقل کرده است.(۳)

آنـگ و دیگران، مبنـای نظریّـِات خـود را کاملاًـ در حـوزه هـایی قرار می دهنـد کـه برای دین، اهمیّت حیـاتی دارد. آنـان، به چگونگی تغییر و تحوّل اَعمال و موقعیّت های اجتماعی می نگرند که برای دینِ سنّتی،

۱- مـک لوهـان چیزی را در سـطح خُرد می گفت که پیش از آن در سـطح کلاـن توسط هارولـد اینیس همکار کانادایی اش دربـارهٔ رسـانه ها گفته شـده بود: می توان مشاهـده کرد که ساختار رسانه های یک عصـر، ساختار ادراکات دینی آن عصـر را شکل داده است (Innis, ۱۹۵۰). ((جانشـینان مک لوهان در مکتب تورنتو این خط فکری را دنبال کرده انـد (مشخصاًDe Kerchhove and Dewdney, ۱۹۹۵). آثار دیگر دربارهٔ ویژگی های ادراکی تلویزیون، عبارتنـد از: Reeves and Nass (۱۹۹۵) و Sturken and Cartwright (۲۰۰۱) برای مرور این موضوع در بافت نظریه های روان شناختی جریان زندگی روزمره بنگرید: Kubey and Csikszentmihalyi (۲۰۰۱)

۲- Walter Ong

۳- Ong (۲۰۰۲)

اهمیّتی بنیـادین دارد از جمله فرهنگ شـفاهی، فولکلور و داسـتان سـرایی. در عصـر ارتباطاتِ جمعی مـدرن، حاکمیّت با تغییر اَعمال و ادراکات است.(۱)

گرایشِ نگـاه بـه رابطه دیـن و رسـانه در قـالب نهـادی_ ساختـاری و گرایشِ دیگر کـه رابطـهٔ آن دو را بنیـادی تر و تقریباً ارگانیک(۲) می‌بینند، در یک دوگانگی ضـمنی با هم مشترکند. آن‌ها، دین و هم‌چنین رسانه را اَشکالی منسجم، فراتاریخی و لا_یتغیّر می شـمرند کـه می تـوان آن‌هـا را مسـتقل و بـا عملکردی بـالقوه مسـتقل، از یکـدیگر دیـد. این دوگـانگی، در عمـده تحقیقاتِ مربوط به رسانه و دین، غالب است.

از نخسـتین تحقیقـات در دههٔ ۱۹۵۰(۳) تـا جریـانِ عظیم تحقیقـاتی که پس از ظهـور پدیـدهٔ تله ونجلیسم در دهـهٔ ۱۹۷۰ به راه افتاد،(۴) تـا آثـار متأخرتر دربارهٔ دین و مطبوعات،(۵) این فرض وجـود داشـته که می توانیم و بایـد، دین و رسـانه را به عنوان حوزه هایی مجزا ببینیم.(۶) این واقعیّت،

۱- ژاک ایول (Jacques Ellul, ۱۹۶۷) یکی از پیچیـده ترین مباحث را در این حوزه طرح می کنـد که کاملاً در مـدرنیته ریشه دارد. هم‌چنین ن. ک. (Babin ۱۹۷۰).

۲- من نسبت به تعارض بین اصـطلاح ارگانیک که در این‌جا به کار می برم و صورت‌بندی کلاسیک دورکهیمی آگاهم. در واقع آن چه به عنوان ارگانیک ذکر می کنم در بافت و معنا با مفهوم انسجام مکانیکی او بیشتر مرتبط است.

۳- پدر تمام این آثار، مخاطب شناسی کلاسیک دینِ رادیو _ تلویزیونی است. (Parker et al, ۱۹۵۵).

۴- Bruce (۱۹۹۰), Frankl (۱۹۸۷), Hadden and Shupe (۱۹۸۸), Schultze (۱۹۹۰), Hadden and Swann (۱۹۸۱), Horsfield (۱۹۸۴), Hoover (۱۹۸۸), Peck (۱۹۹۳)

۵- Silk (۱۹۹۵), Stout and Buddenbaum (۱۹۹۶), Hoover (۱۹۹۸), Badarracco (۲۰۰۵)

۶- این واقعیت کنـار گذاشـته شـده که می توان همین گرایش را در تحقیقات رسانه ای که شایـد به شـکل منطقی به دین نظر افکنده اند دید. برای نمونه مشـخصاً بحث های من دربارهٔ کارِ Dayan و Katz (۱۹۹۲) و Fiske (۱۹۸۷) را در فصل های بعد ببینید.

یکی از اصلی ترین دلایلی است که سبب شده تا این گفتمان، در حواشی تحقیقات دانشگاهی بماند و نتواند جذابیّت چندانی در نزدیک مراکز بیابد. چنین تصور می شد که بُعد دینی به منزلهٔ یک مقولهٔ قیاسی یا آرمانی ــ که در بافت دیدگاه‌های سنتی دربارهٔ سکولاریزاسیون دیده می شد ــ به تدریج جذابیّت خود را از دست می دهد. با این‌که برخی از این آثار به موضوعات و مفاهیم بحث برانگیزی نزدیک شدند که برای تحقیقات رسانه ای اهمیت داشت،(۱) ولی در نهایت چون موضوع آن‌ها مربوط به دین بود، به آن معنا بود که می توان آن‌ها را کنار گذاشت. با این حال، اکنون چنین به نظر می آید که این آثار، تنها مربوط به دین نبود.

بحث اصلی کتاب، این است که رسانه و دین، از جهات بنیادین به هم نزدیک شده اند. آن‌ها فضای یکسانی را به خود اختصاص می دهند، بسیاری از اهدافشان یکی است و رویّه های یکسانی را در مدرنیتهٔ متأخر، احیا می کنند. امروزه بهتر است آن‌ها را مرتبط به شمار آوریم تا این‌که مجزا ببینیم.(۲) این بحث برای برخی خوانندگان، غیرقابل هضم به

۱- برای نمونه در هوور (۱۹۸۸) مقدمهٔ بحثی دربارهٔ تله ونجلیسم را طرح کردم که با تحقیقات رسانه ای فرهنگ گرایانهٔ امروزی هم جهت است؛ این‌که شاید اهمیت این موعظه ها کاملاً در رابطه ای باشد که با زمینه و تاریخ تماشای آن‌ها دارند تا در نوعی تأثیر ابزاری. هم چنین ن. ک. ۱۹۹۳) Peck).

۲- البته بحث مهمی هست مبنی بر این‌که رسانه و دین هرگز مجزا نبوده اند و این‌که همهٔ ادیان تا حدی رسانه ای هستند. هم‌چنین تحقیقات مهم و مؤثر نشان داده است که حتی در مدرنیته و مدرنیتهٔ متأخر، برای نمونه پروتستانتیسم هم‌چنان تولیدکنندهٔ بزرگ رسانه های خاص خود (به ویژه ن. ک. Morgan, ۱۹۹۸)، و هم‌چنین برای نمایش تصاویر خود در رسانه های سکولار نیز در حالت تهاجمی بوده است (Hendershot, ۲۰۰۴). این موضوعات با جزییات بیشتر در فصل های بعدی بحث خواهد شد. با این حال، در مجموع، ایدهٔ غالب قدرتمندی که می گوید قلمروهای دین و رسانه موجود بوده یا باید باشند، بیشتر کارکرد تعهدات علمای متاله و کلیسایی از یک سو و تفکر غالب در حوزهٔ مطالعات رسانه ای از سوی دیگر است تا این‌که واقعیتی بنیادین باشد. این موضوع به شکل مفصل تر در فصل آینده طرح خواهد شد.

نظر می رسد و من چند فصل را به آن اختصاص خواهم داد؛ ولی اجازه دهید حالا به این مطلب بپردازیم که این کتاب دربارهٔ چه چیزهای دیگری می توانست باشد. این بررسی، به این خاطر لازم است که طبیعتاً برای چنین پروژه ای از ابتدای کار، شیوه های گوناگونِ اندیشیدن به دین و رسانه در اختیار ما بوده است؛ ولی این شیوه ها در گفتمانِ دانشگاهی مربوط به رسانه ها _ که دین را به حاشیه رانده _ چندان موجود نیست.(۱) پس این کتاب، می توانست بر هر یک از پرسش های مربوط به رسانه متمرکز باشد که عالمانِ اجتماعی به آن پرداخته اند و بسیاری از آن‌ها، آشکارا با دین ارتباط دارند و باید پرسیده شوند. گفته شده که اهمیّت اصلی رسانه در مناسبات تکنولوژیک و توانایی آن در عبور از فضا و زمان ریشه دارد.(۲) اگر چنین باشد، باید در رویّه های اجتماعی و فرهنگی _ که بیشتر در گفتمان های زمانی و فضایی ریشه دارند _ مانند رویّه های دینی، کاملاً دخیل باشند. گفته شده که امروزه رسانه ها، معتبرترین منابع اطلاعاتِ اجتماعی و فرهنگی هستند که دستورِ کار و زمینهٔ بسیاری از افکار و دانسته های ما دربارهٔ واقعیت را تعیین می کنند؛(۳) در نتیجه، دین که خود را در معرض چنین پرسش هایی قرار می دهد، باید امروز به شیوه ای متفاوت بیان و تجربه شود. برخی مطالعات، نقشی

۱- برای بحثی جامع تر ن. ک. Hoover و ۱۹۹۶) Venturelli).

۲- برای خواندن شرح کلاسیک، ن. ک. ۱۹۵۰) Innis)، ولی هم‌چنین ن. ک. ۱۹۹۱) Silverstone) و Moores ۱۹۹۳))، صص. ۱۱۶-۷۰.

۳- بخش عمدهٔ این ادبیات در کار مؤثر اولیهٔ Berger و ۱۹۶۶) Luckman) ریشه دارد.

کلیدی در انسجام اجتماعی و جمعی برای رسانه ها قائل شده اند. این مسأله به طور خاص، در رابطه با جوانان طرح شده است.(۱) به شکل سنّتی چنین تصور می شود که دین و سازمان های دینی این نقش را ایفا می کنند. اگر اکنون این کار، به ویژه برای نسل های جوان تر، بر عهدهٔ رسانه است، پیامدهای آن چیست؟

دربارهٔ محتوای رسانه و ارزش های اخلاقی و فرهنگی مفروض آن، کارهای زیادی شده است. بیشتر این کارها، نقد رسانه و تأسف خوردن بر پیام های منفی و ضداجتماعی ــ و حتی ضدّ دینی ــ آن است که گفته می شود وجههٔ غالبِ آن است.(۲) در صورتی که بخش غالب گفتمان عمومی ــ رسانه ــ مرتّب دیدگاه‌های مخالف و خصومت آمیز داشته باشد، چشم انداز دین و ارزش های دینی چه خواهد بود؟ ادّعا شده که رسانه، یک نیروی روان شناختیِ منفی است که مثل اعتیاد، کیفیّت حیاتِ فردی و اجتماعی را پایین می آورد.(۳) هم‌چنین گفته‌اند که رسانه، ساختار جریان زندگی روزمره را تعیین می کند؛ چه زمانی بخوریم، بخوابیم، ارتباطِ اجتماعی برقرار کنیم و حتّی تولیدمثل کنیم.(۴) این نقش ها و کارکردهای روشن و بدیهی ــ که مورد علاقهٔ دین سنتی است ــ مطمئناً برای رسانه، کارکردی جدّی خواهد بود که موقعیّت یا

۱- برای خواندن مجموعهٔ مؤثر متمرکز بر مورد فرهنگ جوانان، ن. ک. Hall و ۱۹۷۶) Jefferson). هم‌چنین ن. ک. ۱۹۹۲) Grossberg). برای خواندن بحثی در ارتباط با دین ن. ک. ۲۰۰۳) Clark)، صص. ۲۳-۳ و ۲۲۴-۳۶.

۲- Medved (۱۹۹۲), Meyers (۱۹۸۹), and Postman (۱۹۸۶).

۳- Kubey و ۱۹۹۰) Csikszentmihalyi). برای خواندن بیانی جدیدتر ن. ک. Kubey و Csikszentmihalyi (۲۰۰۲).

۴- Silverstone (۱۹۹۴), Moores (۱۹۹۳), and Couldry (۲۰۰۳).

زمینه ای ایجاد می کند که دین باید جایگاه خود را در آن بیابد. دیدگاه دقیق تر، این است که رسانه به منزلهٔ نوعی آیینهٔ فرهنگ یا حتی نشستِ فرهنگی عمل می کند که از طریق آن، روابط مهمّی در فرهنگ، بحث، بیان و دربارهٔ آن ها گفت وگو می شود.(۱) این دیدگاهِ اخیر، با بیشتر آنچه گفتم، تضادّ روشنی دارد. خوانندگانی که با تاریخِ ارتباط جمعی و نظریهٔ رسانه آشنا هستند، متوجه خواهند شد که مجموعهٔ موضوعات قبلی، با پارادایم های به اصطلاح غالب سازگارند؛ آن‌هایی که بیانگر تأثیرات رسانه و رابطهٔ آن با فرهنگ یا قرار گرفتن آن در فرهنگ هستند. ایدهٔ عملکرد رسانه به منزلهٔ یک نشست فرهنگی، دیدگاه جایگزین مهمّی در حوزهٔ نظریهٔ رسانه ارائه می کند. این دیدگاه، رسانه را به عنوان بخشی از فرهنگ و حتی تشکیل دهندهٔ آن می بیند نه مجزّا از آن. چنین نقشی برای رسانه، چشم اندازها و رویّه های دین را آشکارا تحت تأثیر قرار می دهد. رهبران، نهادها، مقیّدها، نمادها، ارزش ها، اَعمال و ایده های دینی، خود را در این گفتمان جاری دخیل خواهند دید.

هم‌چنین، آثار فراوان و فزاینده ای دربارهٔ تفاوت های نسلی در کارکردها، اهمیّت و استفاده از رسانه وجود دارد. بخش عمدهٔ این آثار، بر کودکان و پیامدهای رفتاری و ارزشی رسانه ها از جمله فیلم، تلویزیون، اینترنت و بازی های ویدیویی، متمرکز بوده است.(۲) آثار فراوانی نیز مسیر متفاوتی را دنبال کرده اند و در پی درک چگونگی کارکرد،

۱- Newcomb Hirsch (۱۹۸۳)

۲- برای خواندن بحثی انتقادی دربارهٔ این ادبیات ن. ک. (۲۰۰۴ .Hoover et al).

استفاده و ادغام رسانه ها در حیات کودکان و به ویژه نوجوانان بوده اند.(۱) آثار مهم اخیر به طور مستقیم به پرسش های مربوط به دین پرداخته‌اند که از چنین مسیری ایجاد می شود؛ اگر رسانه ها در اجتماعی شدن و فرهنگ سازی کودکان چنین منبع مهمّی هستند، دین که به دنبال ورود مستقیم به این فرآیندهاست، چگونه باید واکنش نشان دهد؟ آثار مهم دربارهٔ استفادهٔ نوجوانان از رسانه، چیزی عمیق تر از این تأثیرات مستقیم را نشان داده است؛ این‌که رسانه، تعیینِ جهت گیری و بیانِ بخش بزرگی از فرهنگ نوجوانی را بر عهده دارد.(۲) چشم اندازهای دین چیست؟ چگونه خود را وفق می دهد یا باید خود را با چنین موقعیتی وفق دهد؟

ادّعا شده که رسانه، در کانون مناسکِ اجتماعی و فرهنگی حیاتِ معاصر است. بخشی از آن، تقریباً عرفی است و بدیهی انگاشته می شود. همهٔ ما ایفای نقش رسانه در انتقال و بیان رویدادهای عمومی، بحران ها و تعارضات اجتماعی را می دانیم و تجربه می کنیم. با این حال، آثار دانشگاهیِ بنیادی تری تولیدشده که می گوید این فرآیندها، به شکل بنیادین با تار و پودِ زندگیِ عادیِ معاصر پیوند خورده است.(۳) حتی گفته شده که در دورهٔ پس از ۱۱ سپتامبر، رسانه ها در حاشیهٔ آن حادثه نقشی داشتند که بهترین توصیف آن، دین مدنی جدید برای یادبود و

۱- برای مروری بر این ادبیات ن. ک. ۱۹۹۹) Seiter). همچنین ن. ک. ۲۰۰۳) Clark).

۲- ۲۰۰۳) Clark)

۳- Dayan و ۱۹۹۸) Rothenbuhler)، ۱۹۹۲) Katz). برای مرور و تحلیلی انتقادی ن. ک. ۲۰۰۳) Couldry).

سوگواری است.(۱) پیامدهای چنین موقعیتی برای دینِ سنتی و غیرمدنی، جالب توجه است. دین رسمی، به ویژه در آمریکا، همواره مجبور بوده بر تنوّع مدنی فائق آید. وقتی ــ چنان‌که شواهد نشان می دهد ــ مناسک مدنی، مشارکت و توزیع وسیع تری از مناسک سنتی دارند، چه اتفاقی می افتد؟ لازم است اشاره کنیم که بیشتر محققان می گویند که چنین مناسکی، در توسعه و نگهداری انسجام اجتماعی و انتقال آرمان ها و ارزش های بنیادین، نقش اجتماعی مهمّی ایفا می کنند؛ ولی تفکیک آن‌ها از دین ــ به ویژه در زمینه ای دینی چون جامعهٔ آمریکا ــ هم چنان چالشی مهم برای درکِ در حال تکامل ما، از دین معاصر است.

هم‌چنین مطالب زیادی دربارهٔ رسانه ها و جهانی سازی(۲) گفته و نوشته شده است. ما در محیطی اجتماعی و اقتصادی‌ای زندگی می کنیم که به شکلی فزاینده، جهانی شده است و رسانه ها در این تغییرات، مستقیماً نقش دارند.(۳) جهان، دست کم برای برخی بخش ها و طبقات اجتماعی، کوچک شده و نوع دانش ما از جهان و دیگری(۴) با دانشِ والدین یا اجدادمان متفاوت است. دین به جهاتی بنیادین، به دیدگاه هایی دربارهٔ جهان، تفاوت، انسجام و شرایطِ معنا و حقیقت ــ که در ادراکات ما از مکان، ریشه دارد ــ وابسته است. تحقیقات در عالَم دین، مدتی است که

۱- Hoover و Russo و Russo .(۲۰۰۲) Hoover هم چنین می گویند این نقش در طول زمان تکامل یافته است، با ترور کندی آغاز شد ولی تدریجاً با بحران های بعدی توسعه یافت از جمله انفجار [فضاپیمای] چَلِنجِر، بمب گذاری اوکلاهماسیتی، تیراندازی در مدرسهٔ کلمباین، خاکسپاری پرنسس دایانا و البته رویدادهای مربوط به ۱۱ سپتامبر. هم‌چنین ن. ک. فصل ۸ این کتاب.

۲- globalization

۳- برای خواندن یک دیدگاه ظریف فرهنگی ن. ک. (۱۹۹۱ Appadurai).

۴- the other

تأثیرات جهانی سازی را به رسمیت شناخته،(۱) ولی تمرکز پایدارتر بر نقش و پیامدهای رسانه ها در این موضوعات لازم است.(۲) محققان می دانند که مباحث مربوط به پُست مدرنیته و مدرنیتهٔ متأخر، نقشی نیز برای رسانه ها طرح کرده اند که برای دین، پیامدهایی در بر دارد. اصطلاحِ نظریهٔ(نگرهٔ) رسانه(۳) می گوید که یکی از پیامدهای مهم رسانه ها برای خودآگاهی اجتماعی، ریشه در تمایل آن‌ها به آشکارسازی پیش زمینه و پس زمینهٔ عملِ اجتماعی، مدنی، فرهنگی و سیاسی دارد. این مسأله، در ترکیب با سطوح فزایندهٔ آموزش و دانش عمومی، شرایطی ایجاد کرده است که مردم نسبت به گذشته، واکنش و خودآگاهی بسیار بیشتری دربارهٔ جریان عمومی امور و جایگاه خود در آن دارند.(۴) این‌که آیا این مسأله، توانمندکننده است یا ناتوان کننده، موضوع برخی بحث هاست(۵) ولی در هر صورت، آشکارا دامنهٔ وسیعی از رفتارها، عملکردها و موقعیّت های اجتماعی را مشروط می سازد. تا جایی که دین، در آگاهی فردی ریشه دارد ــ که به دلایل عامیانه و نیز آگاهانه تمایل داریم چنین بیندیشیم ــ این دانش و واکنش، به روشنی پیامدهایی دارند؛ چه تنها به تردیدهای فزاینده دربارهٔ اقتدار نهادی

۱- برای نمونه ن. ک. ۲۰۰۱) Eck).

۲- پیشرفت ویژه در حوزهٔ انسان‌شناسی صورت گرفته است. برای نمونه ن. ک. ۲۰۰۲) Ginsburg et al.).

۳- این سنت، اندکی بر اساس افکار مارشال مک لوهان است، ولی اخیراً با آثاری چون ۱۹۸۵) Meyerwitz) شناخته می شود.

۴- ۱۹۹۱) Giddens)

۵- برای خواندن این دیدگاه که چنین دانشی در واقع ناتوان کننده و مسأله ساز است ن. ک. ۱۹۹۱) Gergen). گیدنز دیدگاهی متفاوت دارد که باید این را صرفاً از شرایط حیات معاصر تلقی کنیم.

منجر شود و زنـدگی مدرن را بیشتر به چالشـی برای افراد تبدیل کند و چه فرآیندهای اجتماعی و ساختاری را به شدّت پیچیده سـازد، این واکنش پـذیریِ حاصـل از رسانه ها، موضوعی مهم برای درک ما از دین معاصـر است. دیگر تأثیر ادعایی رسانه ها در مدرنیتهٔ متأخر،(۱) نقش آن‌هـا در تخریب دعـاوی زبان شـناختی سـنّتی دربارهٔ حقیقت است. بنا به فرض، پُست مـدرنیته تا حـدّی در این مفهوم ریشه دارد که رابطـهٔ بین کلمات، نمادها، تصاویر و چیزهایی که آن‌ها بیان می کننـد، تخریب شده است. در عصـری که تحت تسلّط رسانه ها و شالوده شکنی و بازسازی شیطنت آمیز معانی سنّتی از سوی آن‌هاست، استحکام روابط بین نشانه ها و چیزهایی که بیان می کنند ــ مدلول ها ــ مورد تردید قرار می گیرد.(۲)

بودریـار نظریه پرداز فرانسوی، در بیانی مشـهور ادعا می کنـد که امروز ما در سـطح رویین زنـدگی، تعامل و ارتباط برقرار می کنیم که از تصاویرِ کالایی رسانه ای نشأت می گیرد؛ سـطحی که او تمثال(۳) می نامد.(۴) چه این دیدگاه تمامیّتی را بپذیریم که در پست مدرنیته ای زندگی می کنیم که صرفاً توسط سطوح و ظواهر تعریف می شود یا برخلاف آن بگوییم که

۱- بایـد در توصـیف دورهٔ معاصـر، مدرنیتـهٔ متأخر را بر پست مـدرنیته ترجیـح دهم. نه تنها تا اندازه ای تردید دارم که عناصـر ادعایی پست مدرنیته توانسـته باشد به وسـعت و عمق کافی در فرهنگ نفوذ کند تا به جایگاهی تمام یا دوران ساز برسد، بلکه تردید نیز دارم که این عناصـر (به ویژه ادعاها دربارهٔ جایگاه نمادها و آرمان ها) جایی خارج از قالب های گفتمان دانشـگاهی پست مـدرن در تغییر دائم یـافته شود. من، هم چون گیـدنز و دیگران، معتقـدم در دورهٔ مدرنیتـهٔ متأخری زنـدگی می کنیم که ابعاد بنیادین اجتماعی، مفهومی، و فرهنگی یک دوره را دارد.

۲- Harvey (۱۹۸۹), Jameson (۱۹۹۲)

۳- simulacrum

۴- Baudrillard (۱۹۸۳)

صرفاً مشاهده می‌کنیم که چنین سطحیّت نشانه شناختی یا زبان شناختی در دوران ما معمول به نظر می رسد، پیامدهایی واضح برای دین وجود دارد. بسیاری از ادیان در دکترین ها و اعتقاداتی ریشه دارند که رابطهٔ بین نشانه ها و مدلول ها، بین استعاره ها و معانی عینی و بین کلمات و ایده ها را دقیقاً مشخص می کند. اگر امروز این ادعاها به طور روزافزون تخریب می شوند، مسأله ای مهم برای آن ادیان و به ویژه مشروعیّت و اقتدار آن‌هاست.

ادعای دیگر دربارهٔ رسانه ها، که تحت تأثیر گفتمان های مدرنیتهٔ متأخر و پست مدرنیته مطرح شده، مربوط به موضوعات جهانی سازی و مرتبط با توانایی رسانه ها در مبهم کردن مرزهای میان فضاهای خصوصی و عمومی است. همان‌طور که جهانی سازی، تا حدّی با تعویض پذیری فزاینده میان امرِ محلی، ملّی و جهانی تعریف می شود و گرد هم آوردن این سه زمینه از ظرفیّت های رسانه های مدرن است، رسانه ها نیز حوزهٔ خصوصی را عمومی می کنند و برعکس. فارغ از این بحث که آیا این امر، تمایزی ارزشمند در مدرنیتهٔ متأخر است یا خیر، هم‌چنان پیامدهای عدم بقای این تمایز برای دین قابل بررسی است، برای نمونه در آمریکا و بیشتر کشورهای اروپای غربی، اِجماعی که سازگاری با تفاوت‌های دینی در گفتمان عمومی را از طریق ایجاد مجموعه ارزش‌های مشترک دینی موردِ قبول احاطه کرده باشد، آزادی عمل زیادی برای دین در حوزهٔ خصوصی فراهم آورده است.(۱) وقتی

۱- برای خواندن بحث کامل ن. ک. ۲۰۰۰) Carter). هم‌چنین ن. ک. ۱۹۸۶) Neuhaus).

تمایز بین این دو حوزه، دیگر به رسمیت شناخته نشود، آن سازگاری چه می شود؟ برای نمونه جَنگ‌های فرهنگی که در دو دهۀ گذشته در چشم انداز سیاسی آمریکا به راه افتاده را می توان از نتایج محوشدن این مرز دانست که نمونۀ آن، مقاومت دینِ سابقاً خصوصی، برای خصوصی ماندن در بافت رسانه هاست که در آن، مجموعه ای از چشم اندازهای خصوصی به شکل بی رحمانه ای عمومی می شوند.(۱)

البته همۀ این‌ها را می توان در زمینه ای وسیع تر قرار داد تا جایی که رسانه ها را از شرایط ریشه ای پست مدرنیته یا مدرنیتۀ متأخر بدانیم؛ بنابراین امروزه برای موقعیت تاریخی، دین ها اهمیت بنیادین دارند؛ آن‌ها تعیین کنندۀ شیوۀ تولید و به اشتراک گذاشتن دانش، شیوۀ برخورد با نمادها، ایده ها و ارزش‌ها در زندگی خصوصی و دریافت ما از ماهیت مدرنیتۀ متأخر هستند. برای این امر، پروژه ای بزرگ و پیچیده لازم است که این کتاب را می توان بخشی از آن پروژه دید.

امروزه رسانه ها به لحاظ اقتصادی تا جایی تکامل یافته اند که به شکلی فزاینده، با سرمایه های جهانی ارتباط نزدیک دارند. شرکت‌های رسانه ای از بزرگترین و بانفوذترین شرکت‌های موجود هستند. آن‌ها نفوذ اقتصادی و فرهنگی عظیمی دارند که حاصلِ مجموعۀ فزاینده ای از خدمات، شبکه ها و ابزارهای رسانه ای موجود است. تأثیر این امر در بافت زندگی های زنده،(۲) کالایی شدن روزافزونِ تجربه از طریق این رسانه هاست. رسانه ها خود کالا هستند و کالا تولید می کنند. نمادها و

۱- Hunter) ۱۹۹۲)

۲- lived lives

ایده هایی که در سطح داخلی و جهانی توزیع می شوند، نمادها و ایده های رسانه ایِ کالایی شده هستند. فرهنگ به شکل روزافزون، فرهنگی مادی(۱) می شود و رسانه ها، هم تولیدکنندگان آن هستند و هم توسط آن، تولید می شوند. این بدان معناست که یکی از دلایل اهمیّت عصر رسانه ها برای دین، در ماهیت آن فرهنگ رسانه ای است. امروزه رسانه ها، گنجینهٔ نمادها، ارزش ها و ایده هایی را تشکیل می دهند که معنا به شکل محلی و جهانی، از آن ها ساخته می شود. این موضوعات، به شکل عقیدتی توسط رسانه ها تولید نمی شود ــ چنان که برخی ادعا می کنند ــ بلکه بیشتر از فرهنگ‌هایی نشأت می گیرد که رسانه های گوناگون در آن قرار دارند. تا حدّی می‌توان گفت که رسانه ها، توسط فرهنگ تولید می شوند. رسانه ها نمادها، ارزش‌ها و ایده های فرهنگ‌های خود را مبادله می کنند. این واقعیت که آن‌ها رسانه ای می شوند، قطعاً بدان معناست که به شکلِ بنیادین تغییر می کنند؛ ولی ادغام رسانه ها در فرهنگ و از طریق فرهنگ را نمی توان نادیده انگاشت.

رسانه ها را می توان منبع نمادهای جذاب و چشمگیر دانست. گنجینهٔ نمادهایی که آن‌ها فراهم می کنند، از برخی جهات مواد خامی هستند که از طریق آن‌ها، ایده ها و ارزش‌ها در حیات معاصر مبادله می شود. هر چند شاید رسانه ها منشأ آن نمادها نباشند، ولی رسانه‌ها هستند که به بازتولید و انتشار آن‌ها تحت شرایطی که توسط مناسبات اقتصادی، اجتماعی و سیاسی تعریف می شود، می پردازند؛ پس این نمادهایِ

۱- material culture

کالایی و رسانه ای، ظرفیّت یا سرعت مشخصی دارند که از منشأ آن‌ها در عرصهٔ رسانه ها ناشی می شود. این نمادهای رسانه ای، چون در بافت زندگی های زنده تجربه می شوند، اهمیت عینی مشخص و جایگاه معیّنی دارند. آن‌ها به شیوه های خاصی استفاده می شوند.

برای پروژه ای که به چشم اندازهای دین در چنین عصری توجه دارد، ماهیّت این مجموعه نمادها و این پرسش که چه کسی و چگونه آن‌ها را استفاده می کند، اهمیّت کلیدی می یابد. هم‌چنین قابل بررسی است که این نمادهای رسانه ای، تا چه حد می تواند برای اَعمال دینی معاصر به کار رود. این موضوع را در فصل های بعدی مفصل تر بحث خواهم کرد. این حرف تقریباً عادی شده که چیزها، به این دلیل در رسانه ها هستند که در سطحی بنیادین کار می کنند. رسانه های تجاری، کالایی وابسته به یافتن محتوا و شیوه های بیانی هستند که جالب، جذّاب و گیرا باشد. رسانه ها هم‌چنین گرایشی فزاینده به بررسی طیفی از موقعیّت های حسی دارند. فیلم و تلویزیون، بیشتر رسانه های تصویری(۱) خوانده می شوند و بررسی های زیادی دربارهٔ میزان نقش آفرینی آن‌ها در خلق یا تغییر فرهنگ تصویری یا سواد بصری فزایندهٔ مخاطبان صورت گرفته است.(۲) ظهور رسانه های دیجیتال (اینترنت، وِب و فن آوری های دیجیتال

۱- visual

۲- مک لوهان البته گفت که هر چند فیلم و تلویزیون هر دو دیداری هستند، از این جهت نیز تفاوت دارند که یکی جذاب (با حال) تر از دیگری است. برای دیدن بحثی روان شناختی دربارهٔ دیداری بودن ن. ک. Messaris (۱۹۹۴). هم‌چنین ن. ک. Sturken و Cartwright (۲۰۰۱)، صص. ۶۹-۴۵. برای خواندن بحثی دربارهٔ مسائل دیداری بودن در ارتباط با دین معاصر آمریکایی ن. ک. Morgan و Promey (۲۰۰۱) و Morgan (۱۹۹۸).

شخصـی) گسترهٔ تجـارب تصویری و صوتی را توسـعه بخشـیده است. آزمـایش ها زیادی دربارهٔ ترکیب رسانه های دیجیتال با حواس لامسه و بویایی انجام شـده و هر چند بسـیاری از آن‌ها هنوز محقق نشده، ولی اکنون بازی‌های ویدیویی، تجارب رسانه ای دیجیتال لامسه ای و حرکتی را به کار برده اند.

اگر تعریف رسانه را اندکی گسترش دهیم تا چاپ و نشر، صنایع خدماتی، گردشگری، بازاریابی و تفریح و سرگرمی را نیز در بر گیرد، حتی شواهـد بیشتری از مـاهیّت چندحسّـِی ارتباطـات مـدرن را خواهیم دیـد. اکنون بیشتر برای مان عادی است که به مکان ها و نزد مردمانی سـفر کنیم و عجایب آن‌ها را تجربه کنیم که پیش از این تنها در رسانه ها دیده بودیم. صنایع رسانه ای به شـکلی روزافزون، بـا این بخش‌هـا ادغـام می شونـد و انتشـارات چاپی و الکترونیک را با چیزهایی چون جنبش های دوازده گام(۱) و خودیاری(۲) متصـل می کننـد که اکنون از طریق آن‌هـا، گسترهٔ وسـیعی از فرهنـگ مادی ــ هم اشـیا و هم تجارب مربوط به حواس ــ می توانـد حفـظ شود. رسـانه هایی که مصـرف می کنیم هم چنان ــ به طور روزافزون ــ به سـمت افزایش جـذابیّت در طیفی از حوزه هـای لمسـی، حرکـتی و جسـمانی گرایش خواهنـد داشت. این بـدان معنـاست که مواد رسـانه ای، هم‌زمان در قالب‌های خودشان به عنوان متون و اشیا جذابّند و به طور روزافزون، برای موضوعاتی فرهنگی دربارهٔ نمادها،

۱- twelve-step

۲- self-help

ارزش ها، بدن، تجربه و طیفی از روش‌های دیگر تجربه نیز مهم هستند. ارتباط آن‌ها با دین، روشن و جالب است.

هدف این کتاب، بررسی هیچ یک از موضوعات گفته شده _ یا هیچ ترکیبی از آن‌ها _ به خودی خود نیست. نمی گوییم که پیامدهای رسانه ها برای دین به یکی از این حوزه ها محدود است. در مقابل، می خواهم پیش از طرح چنین پرسش هایی، به اهمیت رسانه ها برای دین، در بافت دریافت یا مصرفِ رسانه بپردازم. به جای پرسش اهمیت عصر رسانه ها برای دین چیست؟، این پرسش طرح می شود که این اهمیت در کجا باید یافته شود؟ تفاوتی ظریف ولی عمیق بین این دو هست. از جهتی، پرسش کجا، پرسشی انسان‌شناسی(۱) است که پدیده ای را در فرهنگ مشاهده می کند و شروع به تبیین یا تفسیر آن می کند. این جا دربارهٔ من، می توان دید که رسانه ها وجود دارند و همه جا حاضرند. آن‌ها محتوای نمادین و فرهنگی مبادله می کنند که برای چیزی که زمانی دین می دانستیم اهمیت دارد و این‌که نهادهای دینی و کسانی که متولی فرهنگ دینی هستند، نگران این وضعیت هستند. پرسش چه خود را طرح می کند و اکنون وقت پرسیدنِ کجا؟ است که در آن پرسش جالب برای چه کسی؟ نیز قرار دارد. البته چنین رویکردی به لحاظ پارادایمی، از بیشترِ آن چه پیش تر در مسیر تحقیقات دربارهٔ دین و رسانه ها انجام شده، متمایز است. به نظر می رسد که عمدهٔ

۱- به یکی از معلمان خود، ری بردویسل، مدیونم زیرا به کلهٔ ما فرو کرد که پرسش اول نباید این باشد که چه اتفاقی دارد می افتد؟ بلکه باید این باشد که کجا این اتفاق دارد می افتد؟

کـار، به ویژه در رشـته هـای ارتباطـات جمعی و مطالعات رسانه ای، دربارهٔ پرسـش های ایـدئولوژی و تأثیر رسانه ها و دین بر یکدیگر است. جُرج گربنر(۱) که تلویزیون را دین جدیدِ دولتی خواند، پرسش را در قدرت اجتماعی و ایدئولوژیک می دید؛ جایی که زمانی دین، نقشـی عمـده در شـکل دهی و اجرای ایـده ها و ارزش های اجتماعی و انتقال ایـده های بنیادینِ فرهنگ داشت. رسانه ها را اکنون می توان در آن نقش دید.(۲)

می توان گفت که پرسـش از قـدرت ایـدئولوژیک یا نهایی، زیربنای نقدهایی چون مسیح و رسانه های کلاسـیک اثر مالکوم ماگریج(۳) را تشـکیل می دهد. این تفکر که رسانه ها و دین در وضـعیّت تعارض ایدئولوژیک به سر می برند، به طور ضمنی در آثار جدیـدترِ همان سـبک وجود دارد که می‌توان موارد زیر را مثال زد: همـهٔ فرزنـدان خدا و کفش های جیرِ آبی اثر کن میرز،(۴) رقص در تـاریکی اثر کوینتین شولتز و همکـارانش،(۵) کـار جدیـدتر شولتز به نـام راه و رسم قلبِ دارای تکنولوژی بالا،(۶) زندگی در عیش، مردن در خوشـی اثر نیل پسـتمن،(۷) تلویزیون و دین اثر ویلیـام فور(۸) و کارهای کمتر دانشـگاهی ولی قابل توجهی چون هالیوود در برابر آمریکا اثر مایکل مدوِد(۹) و کتاب فضایل اثر ویلیام بِنِت.(۱۰)

۱- George Gerbner

۲- Gerbner and Connolly (۱۹۷۸)

۳- Muggeridge (۱۹۷۷)

۴- Myers (۱۹۸۹)

۵- Schultze et al. (۱۹۹۱)

۶- Schultze (۲۰۰۲)

۷- Postman (۱۹۸۶)

۸- Fore (۱۹۸۷) and Fore (۱۹۹۰)

۹- Medved (۱۹۹۲)

۱۰- Bennet (۱۹۹۳)

تمام این‌ها در این ایده اشتراک دارند که به طور استقرایی می دانیم که دین چیست و پرسش های بنیادین تضادّ میان آرمانِ دین و واقعیتِ اَشکال مختلف، رسانه های معاصر را احاطه کرده است. هم چنین بیشتر آن‌ها تأسف می خورند که ظاهراً رسانه ها در حال برنده شدن هستند. گربنر در مسیر پژوهشی متمرکزتری نیز درگیر بود، مسیری که به تأثیرات رسانه ها بر دین و برعکس می پردازد و در پارادایم مسلّطِ تأثیرات، در تحقیقات مربوط به رسانه های جمعی آمریکا ریشه دارد. ظهور تله ونجلیسم در دهۀ ۱۹۷۰، مباحث و پژوهش های زیادی را موجب شد. پروژۀ شاخص های فرهنگی گربنر در دانشگاه پنسیلوانیا با همکاری محققان سازمان گالوپ و رابرت وُتناو،(۱) جامعه شناس برجستۀ دین، در پی مطالعۀ دقیق این پدیده بود.(۲) دیگر آثار مهمِ تأثیرمحور، شامل مجموعه ای از مطالعات توسط جودیت بودِنباوم(۳) بر روی روزنامه نگاری دین و روزنامه نگارانی که دین را پوشش می دهند(۴) و دیگر مطالعات مربوط به دین و مطبوعات است.(۵)

سومین مکتب فکری مهمّ مربوط به دین و رسانه، در بطن تحقیقات رسانه ای ظهور یافت که در قالب کارکردهای دینی یا شبه دینیِ آیین های هویّت و انسجام اجتماعی، به رسانه ها می نگرد. مهم‌ترینِ آن‌ها،

۱- Robert Wuthnow

۲- Gerbner et al. (۱۹۸۴)۶۱۱. هم‌چنین ن. ک. Gerbner et al. (۱۹۸۹)

۳- Judith Buddenbaum

۴- Buddenbaum and Stout (۱۹۹۶)

۵- بنگرید به کار پیمایشی رابرت او. وایت که در Dart و ۱۹۹۳) Allen) صص. ۲۱- ۷ آمده است. Hoover et al. ((۱۹۹۵

پروژهٔ بسیار پرنفوذ دانیل دیان و الیهو کتز است که تحت عنوان رویـدادهای رسانه ای؛ پخش زنـدهٔ تاریـخ به چاپ رسـید.(۱) ارتباطـات آیینی از اریک رُزنِباهلر،(۲) مروری جـامع تر بر ادبیـات انسـجام و آیین هـا بر اسـاس چهارچوبی دورکهیمی است. هم‌چنین از حوزهٔ ارتباطات جمعی و مطالعات رسانه ای، خون قربانی و ملّت اثر کارولین ماروین(۳) و مرور انتقادی این ادبیات توسـط نیـک کولـدری در آیین های رسانه ای(۴) قابـل ذکر است. مفهـوم ضـمنی در این آثـار و دیگر آثـار که در کـار امیل دورکهیم، نظریه پرداز اجتماعی، اهمیت بنیادین دارد، این ایـده است که دین برای حفظ شـکل و حالت جامعه، لازم است. هم چنین، دورکهیم می گوید که جامعه و دین، بر گِرد پرسـش های هویّت و انسـجام اجتماعی، به هم می رسند یا از هم دور می شوند و آیین های اجتماعی، زمینه ای است که این موضوعات در آن آشکار می شوند.(۵)

چهارمین حوزهٔ پژوهش و نظریه پردازی در تحقیقات رسانه ایِ مرتبط با دین، در مقاله ای کلاسـیک به نام رویکردی فرهنگی به ارتباطات از جیمز کری(۶) ریشه دارد. کری در این مقـاله میـان درکِ انتقالی و آیینی از ارتباط، تمایز قائل می شود. او می گوید که مدل انتقال، بیش از حد محققان رسانه را از شیوه های عمیق و ظریف ترِ ادغام ارتباطات در بافت

۱- Dayan and Katz (۱۹۹۲)

۲- Rothenbuhler (۱۹۹۸). این کتاب توسط دکتر عبدالله گیویان در انتشارات دانشگاه امام صادق(ع) (۱۳۸۷) ترجمه و منتشر شده است. (م.)

۳- Marvin (۱۹۹۹)

۴- Couldry (۲۰۰۳)

۵- Durkheim (۱۹۹۵)

۶- Carey (۱۹۷۵)

زنـدگی روزمره، غافـل ساخته است. کری، با کاربرد تقریباً اسـتعاریِ اصـطلاح آیینی،(۱) دیـدگاهی آیینی نسـبت به ارتباط را خواسـتار شـد که آن را به شـیوهٔ فرهنگ محور و ارگانیک تر درک کند. بسـیاری از نوشـته‌های کری، به عنوان پلی مهم میان تحقیقات رسانه ای فرهنگ محور نوظهور در آمریکا و یک سـنّت دانشگاهی قدیمی تر ــ و از جهاتی اساسی تر ــ در اروپا به ویژه انگلستان تلقی می گردد. این رویکردِ اصطلاحاً مطالعات فرهنگی، نسبت به تحقیقات رسانه ای به شیوه‌های گوناگون در دو سوی اقیانوس اطلس ــ آمریکا و اروپا ــ تجلّی یافته است، ولی به صورت نوعی، می توان آن را با جهت گیری های روش شنـاختی و نظریِ مشخصـی در هر دو موقعیت، تشـخیص داد. به لحـاظ نظری، مطالعـات فرهنگی در توجه به فرهنگ به عنوان یک زمینه و بافت زیسـته، ریشه داشـته و بیشتر به پیامدهای مادّی و اساسیِ این بافت پرداخته است. این امر از آن جهت اهمیت دارد که مطالعـات فرهنگی را در برابر رویکردهایی قرار می دهـد که فرهنگ را بیشتر در قالب تولیـدات آن دیـده انـد و طبقه بندی های هنجاری برای آن تولیدات به کار برده اند، برای نمونه هنوز اندیشیدن به فرهنگ سطحِ بالا(۲) (هنرهای ممتاز مانند نقاشـی، مجسـمه سازی، تئاترِ جـدی، موسـیقی کلاسـیک و حتی برخی فیلم ها) در تقابل با فرهنگ سـطح پایین یا عامّه پسـند (تلویزیون، موسیقی عامه پسند، رمان های پیش پاافتاده و غیره) رایج است.

۱- برای خواندن یکی از نقدهای اخیر نسبت به استفادهٔ کری از اصطلاح آیینی ن. ک. Saebo (۲۰۰۳).

۲- high culture

مطالعات فرهنگی، چهارچوب بحث را تغییر می دهد. پرسش کجا که پیش تر طرح کردم را می پرسد و فرهنگ را به صورت انسان شناختی، به طوری که عمل و تجربه شده، می بیند. این امر، در ارتباط با آثار نوظهور دربارۀ رسانه ها در حوزۀ انسان شناسی،(۱) نقشی بسیار متفاوت برای رسانه ها را ممکن می سازد؛ البته منظور، دیدن آن به صورت ادغام شده در زندگی است نه تأثیر بالقوۀ آن بر زندگی.(۲) هنوز می توان نقشی ایدئولوژیک برای رسانه ها در چنین چهارچوب فرهنگی ای تئوریزه کرد و این بحث، در درون تحقیقات فرهنگ محور، حل و فصل نشده است. برخی پژوهشگران بر استقلالِ مخاطبان رسانه تأکید می کنند و بر شیوه های معناسازی آنان از متون و تجارب رسانه ای تمرکز دارند. محققان دیگر بر صورت بندی های ایدئولوژیکِ درون آن متون و تجارب تمرکز دارند و به شیوه های تأیید یا مخالفت با این صورت بندی ها توسط مخاطبان می پردازند.(۳) به لحاظ روش شناختی، چرخش فرهنگ گرایانه در مطالعات رسانه ای، تحقیقات را در جهات انسان شناختی تر نیز برده است.(۴) در حالی که ــ به اصطلاح ــ پارادایم مسلّط در علوم اجتماعی و

۱- به عنوان نمونه ای برجسته و پرنفوذ ن. ک. ۲۰۰۳) Bird). هم‌چنین ن. ک. ۲۰۰۲) .Ginsburg et al).

۲- برای مرور دقیق نظریۀ مطالعات فرهنگی ن. ک. ۱۹۹۰) Turner). نمی خواهم یکی از ابعاد بسیار مهم بخش اعظم مطالعات فرهنگی را نادیده بگیرم: ریشه های تاریخی ــ مادی گرایانه آن. هر چند رویکرد انسان شناختی که در این کتاب دنبال خواهم کرد بر عمل و عاملیت مخاطبان در تعیین معانی و نتایج متمرکز است، مسئلۀ جبر هنوز حل نشده و هم چنان پرسش مهمی برای مطالعات فرهنگی است (ن. ک. یادداشت بعدی).

۳- ن. ک. بحثی که در ۱۹۹۵) Garnham) و ۱۹۹۵) Grossberg) به چاپ رسید.

۴- لیلا ابولقود این چرخش را از دیدگاهی انسان شناختی ارزیابی کرده است در مقاله ای که بر برخی تلاش های اولیۀ پژوهشگران رسانه متمرکز بود که وی آن‌ها را زیاده از حد نظری و نه به حد کافی انسان شناختی یافت. .Abu-Lughod ((۱۹۹۷

رسانه ای، ریشه در پوزیتیویسم و روش های ترجیحی استنتاج، سنجش و تجربه گرایی کمّی دارد، تحقیقات فرهنگ گرایانهٔ رسانه ای به سمت روش های کیفی و توصیفی چرخیده است. محققان فرهنگ گرا تمایل دارند روش های تفسیری، مشاهده ای، مردم نگارانه و انسان گرایانه تری به کار ببرند.(۱)

مطالعات موردی و گروه های تمرکز، رایج تر از پیمایش با نمونه های قابل تعمیم هستند. این روش های کیفی، به دلایلی ــ به ویژه برای تحقیقی که در این‌جا بر عهده داریم ــ مناسب تر هستند. اول این که آن‌ها، رابطه ای عِلّی بین رسانه به عنوان ابزار و تأثیرات در مخاطبان فرض نمی کنند و به مخاطب اجازه می دهند که با قالب های خودش دربارهٔ رابطه اش با رسانه سخن گوید. هم‌چنین آن‌ها آن روش‌های مطالعاتی وقتی ــ چنان‌که در بالاـ گفتم ــ دلایلی وجود دارد که روابط احتمالاً از دو طرف جریان دارد، مطالعهٔ پدیده هایی چون دین را میسر می کنند.

دوم، محققانِ فرهنگ گرا، نوعاً به پرسش ها و موضوعاتی علاقه دارند که پیچیده تر و مفصّل تر از آن است که بتوان به سادگی آن‌ها را در یک ابزار پیمایشی عملیاتی کرد. چنان‌که دیده ایم، دین مسلماً چنین پرسش هایی برمی انگیزد و رابطهٔ آن با زندگی اجتماعی، می تواند در چندین سطح باشد و عمل کند. دشوار است که بتوان از ابتدا گفت که رسانه ها در کدام یک از آن سطوح می توانند باشند.

۱- برای مطالعهٔ بحثی جامع ن. ک. Moores (۱۹۹۳) و Bird (۲۰۰۳).

سوم، چنین روش هایی امکان تفسیر الگوهای عمل و تعامل، که تکرارشونـده و متوالی هسـتند، را فراهم می کند. این موضوع آن گاه اهمیت می یابد که آیین و مناسک را مسأله ای مهم و قابل بررسی بدانیم.

چهـارم، آن هـا بـه پژوهشـگر اجـازه می دهنـد کـه الگوهـای غیرمنتظره را هم در متـون رسـانه ای و هم در عملکرد مخـاطب، تشخیص دهد؛ چون چیزهای زیادی هست که در مرحلهٔ کنونی تحقیقاتمان نمی دانیم، این باز بودن، یک ضرورت است.

پنجم، آن‌ها اجازهٔ بررسیِ زمینهٔ اجتماعی، فرهنگی، تاریخی و پرداختن به آن‌ها در قالب سهم‌شان در پیامدهای مصرف رسانه را می دهنـد، مسأله ای که می توانیم فرض کنیم تفـاوت هـای مهمی ایجـاد می کنـد. در نهـایت، این روش ها امکان واکاوی پیامـدهایی چون معنـا و هویت را فراهم می کننـد که خود موضوعـاتی بسیار پیچیـده هسـتند، چنان‌که در فصول بعـدی کتاب خواهیم دید.

اهمیـت ایـن چرخش فرهنـگ گرایـانه در ایـن کتـاب ــ مسائـل رسـانه و دین ــ تـا حـدّی فراتر از اسـتفادهٔ اسـتعاری کری، از اصـطلاحی کلاسیک در دین ــ آیین و مناسک ــ برای بیان جهت گیری جدید خود است. وی در موضوع دین، کمک بسیار کوچکی ارائه می کنـد. در مقابـل، سـهم فرهنگ گرایی در درک ما از رسانه ها و دین، در توانایی آن برای پرداختن به مسأله ای پیچیـده، متنوع، پراکنـده و متغیّر چون دینِ معاصر ریشه دارد. به سـادگی نمی توانیم تعریفی هنجـاری برای دینِ معاصـر به کار بریم. یک محقق برجستهٔ دین گفته است که این حوزه را باید

همواره حوزهٔ مطالعهٔ ادیان نامید.(۱) دیگر ناظران دینِ معاصر، اشاره دارند که خودِ برچسبِ دین در توصیفِ وضعیّت معاصر، به شکلی فزاینده مسأله ساز است. مطالعات رسانه ای فرهنگ گرا، بیش از آثار گذشته اجازه می دهد که هم دین و هم رسانه نزدیک تر به قالب های خودشان بررسی و مطالعه شوند. فرهنگ گرایی در مطالعات رسانه ای، روندی افزایشی به سوی مطالعهٔ مستمر و جدی ترِ دین و رسانه ایجاد کرده است و این کتاب، بخشی از آن روند است. با این حال، اشتباه خواهد بود که این جنبش را تنها به رشته های ارتباطات و مطالعات رسانه ای نسبت دهیم. رشته های دیگر به ویژه مطالعات دینی، تاریخ، تاریخ هنر، فولکلور و انسان شناسی، هر یک در حالِ آغاز به مشارکت در گفت وگویی غنی ــ و لزوماً ــ میان رشته ای دربارهٔ دین و رسانه هستند.(۲)

این گفت وگو از طریق کارهایی که محقّقان می کنند، تشویق و پرورانده شده است: کنفرانس، چاپ و نشر، سمینار، تحقیق و تدریس. مجموعه ای از کنفرانس های تخصصی دربارهٔ رسانه، دین و فرهنگ با رویدادی در آپسالای سوئد در ۱۹۹۳ پایه گذاری شد و با جلساتی در بولدرِ کلرادو در آمریکا در ۱۹۹۶، ادینبورگ اسکاتلند در ۱۹۹۹، لوییزویل کنتاکی در آمریکا در ۲۰۰۴ و دوباره در سوئد در ۲۰۰۶ دنبال شد. جلسات آینده در ۲۰۰۸ در برزیل و در ۲۰۱۰ در هلند خواهد بود.(۳)

۱- ۱۹۹۸) Albanese)

۲- برای مرور ادبیات این روندها ن. ک. ۱۹۹۷) Clark and Hoover) و ۲۰۰۲) Clark).

۳- برگزاری اولین همایش دین و رسانه در سال ۲۰۰۵ در ایران (تهران) و برگزاری دومین آن در شهرهای قم و تهران در سال ۲۰۰۹ تلاش هایی دیگر در این عرصه است. (م.)

انجمن های پژوهشی و حرفه ای نیز با میزگردهای منظم و بحث های دیگر در کنفرانس هایی که از رشته های مطالعات دینی و مطالعات رسانه ای تا حدی دورافتاده تر هستند، مشارکت داشته اند، از جمله جامعۀ مطالعۀ علمی دین، آکادمی آمریکایی دین، انجمن بین المللی تحقیق در ارتباطات و رسانه ها، انجمن آموزش روزنامه نگاری و ارتباط جمعی، انجمن بین المللی ارتباطات، انجمن ملی ارتباطات.

هم‌چنین قابل توجه است که در حوزۀ خاصِ تحقیق دربارۀ دین و رسانه، منشأ بیشتر پیشرفت ها، پژوهشگران جوان تر بوده اند. آثار مهم این رشته از جمله تفتیده و پرهیزکار اثر دیان وینستن،(۱) از فرشته ها تا بیگانه ها اثر لین شافیلد کلارک،(۲) شیطان و منجی اثر میشله روزنتال،(۳) رستگار کردن پیچ تنظیم: رادیو، دین و فرهنگ عامه پسند در آمریکا اثر تونا هانگن،(۴) مؤمنان اثر جان شمالزباور،(۵) ساختن ریشۀ دینی آمریکا اثر شان مک کلود،(۶) صحبتِ تصویری اثر جولیون میچل،(۷) به لرزه انداختن جهان برای عیسی اثر هیتر هندرشات(۸) و کتابِ نمادهای پروتستانتیسم آمریکایی که توسط دیوید مورگان(۹) اصلاح شده، همه در ابتدای کارِ نویسندگان شان ظهور یافته و بیشتر با کارِ دورۀ دکترای آنان ارتباط

۱- Winston (۲۰۰۰)

۲- Clark (۲۰۰۳)

۳- Rosenthal (۲۰۰۴)

۴- Hangen (۲۰۰۲)

۵- Schmalzbaur (۲۰۰۳)

۶- McCloud (۲۰۰۴)

۷- Mitchell (۲۰۰۰)

۸- Hendershot (۲۰۰۴)

۹- Morgan (۱۹۹۶).

نزدیک داشته است.(۱) همهٔ توجهات اخیر به روابطِ میان رسانه ها و دین را نمی توان تنها به تحقیقات نسبت داد. رویدادهایی موجب شده که این پرسش ها به مرکز گفتمان نزدیک و نزدیک تر شوند. در اواسط قرن گذشته به نظر می رسید که توافقی ساده بر سر پرسش ها مربوط به دین _ و به طور گسترده تر، چهرهٔ عمومی آن در قلمرو رسانه ها _ حاصل شده است.

در اثری کلاسیک از ویل هربرگ(۲) این وضعیت در شرایط آمریکای شمالی به عنوان موقعیّتی توصیف شد که دین در قالب سنت های مسلّط مسیحیت و یهودیت، تنها در حدِّ عنصری از فرهنگ عمومی حاضر بود که چندان آشکار و مناقشه آمیز هم نبود. این چهرهٔ عمومیِ دین _ بازنمایی آن در نهادهایش _ شاخصی بود که توسط آن، دین شناخته می شد و زمانی که نفوذ این نهادها رو به افول رفت، به آسانی می شد تصور کرد که پیش بینی های برخی نسخه های کلاسیکِ نظریهٔ سکولاریزاسیون، در حال تحقّق است. در همین دورهٔ زمانی، سکولاریزاسیون آشکارا به صورت عمیق تری در اروپا در جریان بود.

اکنون این وضعیت به شکلی کاملاً عمومی تغییر یافته است. با انقلاب اسلامی سال ۱۹۷۹ ایران، تحوّلی اساسی ایجاد شد. این رویداد برخی فرضیات آزمون شده و ثابت شده در حوزه های سیاسی، اجتماعی،

۱- البته همین را می توان برای برخی کلاسیک های قدیمی تر در مطالعات دین و رسانه گفت، از جمله Horsfield (۱۹۸۷ ،Frankl (۱۹۹۰)، Schultze (۱۹۸۸)، Hoover (۱۹۸۴))، و ۱۹۹۳ Peck).

۲- ۱۹۸۳ Herberg).

فرهنگی و رسانه ای را متزلزل کرد. در گذشته به آسانی می شد نظریهٔ مشخص مدرنیته، توسعه و سکولاریزاسیون(۱) را مسلّم انگاشت که سِیر بی وقفه ای برای پیشرفت در نظر می گرفت و در آن، جنبش های مذهبی و ایدئولوژی های دین محور، کم اهمیت و کم اهمیت تر می شدند، ولی انقلاب ایران نشان داد که دینِ احیاشده(۲) واقعاً می تواند به نیرویی در مدرنیته تبدیل شود.(۳)

به نظر می رسد از سال ۱۹۷۹ به بعد، جنبش های اجتماعی و سیاسیِ مذهبی، آشکار و آشکارتر شده اند. احزاب سیاسی با محوریت دینِ احیاشده، توجه فزاینده ای به خود جلب کرده اند. حتی در دنیای صنعتی نیز دین، آشکارتر شده است. گروه های محافظه کارِ مسیحی به مشخصهٔ مهمّی از سیاست آمریکا در طول دو دههٔ گذشته تبدیل شده اند. در فصل ۹ بحث خواهیم کرد که این جریان در انتخابات عمومی آمریکا در نوامبر ۲۰۰۴ به اوج خود رسید. مجموعه ای از رسوایی ها، کلیسای کاتولیک را، هم در آمریکای شمالی و هم در اروپا، به لرزه انداخته است. مشاجرات عمومی دربارهٔ اصولِ کلیسای انگلیکان بر سر اِعطای سمت کلیسایی به هم جنس بازان در گرفته است. مسألهٔ دین، در مباحثِ مربوط به قانون اساسی اروپا مطرح شده و اصطلاح Japanese

---

۱- برای مشاهدهٔ بیانیهٔ کلاسیک ن. ک. Lerner (۱۹۶۴). در یکی از فصل ها لرنر، جهان بینی یکی از بزرگان سنتی ــ قبیله ای را توصیف می کند و با ظرافت این واقعیت را منتقل می کند که چنین افرادی به زودی خود را گرفتار جریان بی امان مدرنیته خواهند یافت، چیزی که برای فهم و تبیین آن تقلا خواهند کرد. پیام ضمنی: چنین جهان بینی هایی به زودی به تاریخ خواهند پیوست چنان که مدرنیته این ایده ها و ارزش های (دین محور) را نادیده گرفت. جالب این که آن متن مربوط به ایران بود.

۲- resurgent

۳- برای مشاهدهٔ بحثی جامع تر دربارهٔ ظهور دین در گفتمان مطبوعاتی ن. ک. Hoover (۱۹۹۸).

Doomsday Cult تقریباً به یک کلیشه تبدیل شده است. در آشکارترین و گریزناپذیرترین مورد، حملات گروه های تروریست اسلام گرا در گوشه و کنار جهان از جمله حملات ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ _ که با جزییات در فصل نهم بررسی خواهیم کرد _ دین را در اولویّت های سیاسی و خبری قرار داده است. این رویدادهای خبری، با تحوّلاتی در فرهنگ عامه همراه بوده است. دین و معنویت، آشکارتر از همیشه در کتاب، فیلم، تلویزیون و موسیقیِ عامه پسند دیده می شوند. شخصیت های رسانه ای به شکلی علنی با ایده های گوناگون دینی و معنوی شناخته شده اند. (۱) به نظر می رسد دین، به طور روزافزون در دستور کار فرهنگ عمومی قرار گرفته است؛ هر چند در بیشتر موارد، انواع و اَشکالی دارد که فراتر از این برچسب به نظر می رسند. این موضوع را به طور جزیی تر در فصول بعدی مورد بررسی قرار خواهیم داد.

برای این که هدف کتاب بهتر درک شود، باید کمی به چالش های مطالعهٔ مشترکات رسانه و دین در چنین زمینهٔ تاریخی، اجتماعی و دانشگاهی بپردازیم. دین و نهادهای رسانه، پدیده هایی مفصّل و پویا

۱– ۵. چنان که در بحث بخش مقدمه روشن است، این امر لزوماً پدیدهٔ جدیدی نیست. با این حال، به نظر می رسد که رایج و رایج تر می شود. برای نمونه در آمریکا حرف های زیادی دربارهٔ ورود بازیگران برجسته چون جان تراولتا و تام کروز به کلیسای Scientology گفته شده است. در سال ۲۰۰۳ مطبوعات به این خبر توجه زیادی نشان دادند که مل گیبسن بازیگر استرالیایی همراه با پدرش در ایجاد یک جنبش محافظه کار کاتولیک مشارکت دارد. در این میان، روزنامه های انگلستان در تابستان همان سال گزارش دادند که مدونا (خواننده)، شوهرش و تعدادی از دیگر چهره های مشهور آمریکایی و انگلیسی در تأسیس مرکزی در لندن مشارکت دارند که وقف آموزه های Kabbalah (مجموعه معارف عرفانی یهود. مترجم.) است (آبزرور، یکشنبه، ۲۳ مه ۲۰۰۳، ص. ۳).

هستند. آن ها طوری که ــ شاید ــ ما بخواهیم ثابت نمی مانند تا تحلیل شان کنیم. هر دو، سیستم هایی پیچیده با مجموعه ای از ویژگی های ساختاری، تاریخی و فرهنگی هستند که به تعریف و نوع شناسی آن ها یاری می رساند.

بحث من این است که پژوهش های مربوط به دریافت مخاطب (۱) در درون سنت فرهنگ گرا، برای پیشبرد درک ما در این مقطع زمانی بسیار نویدبخش است. این بحث را در این جا بر دو مبنا استوار می کنم. اول، چنان که گفته ام، برای پرسش های خاصِ مربوط به رابطهٔ بین دین و رسانه، آن جهت گیریِ کیفی تری مناسب است که به رویّه های مصرف رسانه در درونِ بافت زندگی روزمره می پردازد. در فصل های بعدی، که به طور خاص به این مسایل اختصاص دارد، در این زمینه توضیحات بیشتری خواهیم داد.

دلیل قاطعِ دوم برای نگاه فرهنگ گرایانه به بافتِ رسانه و دین در زندگی روزمره، در پسِ چیزی است که آن را محدودیت برای سه پارادایم دیگری می دانم که پیش تر طرح کردم. (۲) در سطحی بنیادین، اگر قرار باشد چیزی را دربارهٔ پیامدهای ایدئولوژیک یا عملی یا آیینی رسانه ها برای دین ــ یا برعکس ــ بفهمیم، اول نباید به این امر بپردازیم که چگونه این روابط در زندگی افراد تجربه می شوند، مصرف می شوند، بیان می شوند یا مورد مذاکره قرار می گیرند. برای نمونه اگر هم چون

۱- ۶. audience reception

۲- ۷. آن ها را چنین توصیف کردم: ۱) توجه به ایدئولوژی و قدرت ۲) توجه به تأثیرات رسانه ها بر دین یا بر عکس ۳) توجه به رسانه ها به منزلهٔ کانون انسجام و معنای اجتماعی دورکهیمی.

بسیاری از ناظران، نگران ارزش هایی هستیم که در برنامه های سرگرم کنندهٔ تلویزیون به خانواده ها منتقل می شوند ــ مسأله ای که انباشته از سوابق و پیامدهای دینی است ــ بررسی این که چگونه و تحت چه شرایطی چنین پیام هایی توسط خانواده ها دیده و مصرف می شوند، مفید نخواهد بود.

اگر بخواهیم استدلال کنیم که برخوردِ مطبوعات با موضوعات دینی، احتمالاً تعیین کنندهٔ شیوه درک دین در زندگی معاصر است، چرا نباید از درکِ چگونگی تفکر خوانندگان و مخاطبان دربارهٔ دین، زمانی که اخبار را مصرف می کنند، آغاز کنیم؟ اگر، چنان که بدیهی به نظر می رسد، رسانه ها در کانون مناسک مهمّ عمومی هستند و انسجام اجتماعی را هدف قرار می دهند، چرا نباید به حدودِ مشارکت مخاطبان در این مناسک و شیوه هایی که آن ها را به لحاظ دینی معنادار می یابند، علاقه مند باشیم؟

هم چنین پرسش های مستقیم تر، چند موضوع در هر طرفِ دریافت و مصرف رسانه ها وجود دارد. چگونه افراد، خانواده ها، مخاطبان و خوانندگان به شیوه های گوناگونِ مصرف رسانه ها شرطی می شوند؟ تحت چه شرایط و برای چه اهداف ضمنی و آشکاری از رسانه ها استفاده می کنند؟ از جهت دیگر، با رسانه هایی که مصرف می کنند، چه می کنند؟ رویّه های رسانه ای آن ها چگونه در روابط اجتماعی شان ــ هم در موقعیّت های خانگی و هم فراتر از آن ــ جای گرفته است؟ در هر یک از این حوزه ها، توانایی اثباتِ ظرفیت رویّه های رسانه ای برای پیوند با زندگی بینندگان و مخاطبان، مهم به نظر می رسد. پاسخ به این

پرسش ها به بهترین شیوه، با رفتن به محل زندگی افراد و مرورِ بافت فرهنگی ای که در آن زندگی می کنند، میسّر می شود؛ درک این که چگونه عناصر گوناگون این بافت مانند رسانه ها، نمادها، روابط اجتماعی، هویت ها، معانی و غیره با یکدیگر ارتباط برقرار می کنند. این موضوع، به روشنی بزرگ و پیچیده است، ولی می خواهم از شیوهٔ متمرکزتر انجام آن نیز دفاع کنم؛ شیوه ای که در پروژه های جاریِ زندگی ریشه دارد. وقتی برویم و نگاه کنیم، انتظار برخورد با آن ها را داریم. رویکرد خاصی که در این جا در پیش می گیرم، تأمل و درکِ تلاش های مردم برای ساختن روایت هایی معنادار و منسجم از خودشان، به عنوان مشارکت کنندگان فعال در محیط اجتماعی و فرهنگی شان است و میزانی که رسانه و دین، به شکل فردی و در تعامل با هم، منبع این روایت سازی هستند. در نتیجه، چشم اندازی نظری و روش شناختی برای مطالعه و تفسیر این روابطِ پیچیده فراهم می شود. هم چنین، به دیدگاه ها و شیوه های خاصِ دیدن و انجام دادن، که در زندگی روزمره وجود دارند، نزدیک تر می شویم. چنین فرض می شود که در سطحی خاص، می توانیم از صحبت کردن با مردم، چیزهای زیادی بیاموزیم. همزمان، راهی برای فهمِ این صحبت در رابطه با ایده های مربوط به معنا، ارزش و عمل فراهم می شود.

هیچ رویکرد یا روش واحدی نمی تواند به همهٔ پرسش ها پاسخ دهد و چنان که در طول کار خواهیم دید، پرسش های زیادی باقی می ماند. با این حال، چیزهای زیادی هم هست که می توانیم از این طریق بفهمیم. بنابراین، هدف اصلی کتاب، شرح، بازگویی و تفسیر این روایت ها از خود،

خانواده ــ به مفهوم وسیع کلمه ــ و روابط اجتماعی و تلاش برای فهم جایی است که می توانیم برویم و کاری است که می توانیم با این اطلاعات و این تفاسیر انجام دهیم. این استراتژی ما، ریشه در محدودیت ضمنیِ این کارِ توصیفی ــ کیفی (۱) دارد؛ این که تنها می توانیم شرحی را بدانیم که افراد از خود می سازند و مایلند یا قادرند در موقعیتی که آن ها را ملاقات می کنیم، مطرح کنند.

معتقدم که می توان از میان این هویت های ارائه شده، متوجه شد که اول، چگونه این هویّت ها توسط معانی و انگیزه های دینی تنظیم شده یا تغییر می کنند و دوم، از طریق رویّه و تجربهٔ رسانه ای یا با ارجاع به آن، تنظیم می شوند یا تغییر می کنند. مرزها و حدود روش شناختی این رویکرد را با جزییات بیشتر در فصل های آینده توضیح خواهم داد. هم-چنین خواهم گفت که این ساختنِ هویت فراتر از مداخلهٔ خاصِ یک مصاحبه یا مشاهده، اهمیت دارد و در ارتباط با دیگر پرسش ها، رویکردها و روش ها نیز اهمیت دارد.

چنان که گفته ام، برخی ادعاهایی که دربارهٔ رابطه رسانه با دین طرح شده، ماهیت نسبتاً بزرگ، کلان و تاریخی دارند. دلایلی عملی هست که رویکرد میدانی ــ نظری را که در این جا طرح می کنم، پشتیبانی می کند، به ویژه زمانی که در ارتباط با پرسش های بزرگ تری که دیگران به آن ها پرداخته اند، به این مسایل می اندیشیم. از جمله این واقعیت مهم که به

۱- ۸. در ضمن خواهم گفت که این محدودیت ها در دیگر رویکردها نیز وجود دارد؛ از جمله رویکردهای کمّی، تجربه گرا و پوزیتویستی تر.

هر حال، هرگز نمی توانیم به شکل کاملاً قطعی، پاسخ برخی از این پرسش های بزرگ تر را بدانیم.

این پرسش کلی که آیا تکنولوژی های رسانه ای به شکل بنیادین، ظرفیت های اجتماعی و اِدراکی ما را تغییر داده اند؟ یا این که آیا به طور تاریخی، می توان فرهنگ ها را بر اساس رسانه های شان تعریف کرد؟ قابل پاسخ نیست؛ زیرا جهانی موازی بدون رسانه ها نداریم که بتوانیم این جهان را با آن مقایسه کنیم. در غربِ صنعتی، به دلایل گوناگون عملی، کسی نیست که رسانه نداشته باشد و کسانی که شاید نداشته باشند، آن قدر از جهات دیگر متفاوت هستند که مقایسهٔ تجربی را مسأله ساز می کنند. فرصت های زیادی برای اجرای مطالعات شبه پنل پژوهی در جوامع پیش و پس از تلویزیون ــ برای نمونه در آفریقای جنوبی که تلویزیون نسبتاً دیر رایج شد یا در فیجی ــ (۱) عمدتاً از دست رفت. بنابراین، چیزی که اکنون داریم، توصیفات مبهمِ رواج تدریجی تر رسانه ها در بافت زندگی روزمرهٔ خانوادگی است. توصیفاتی که احتمالاً بیشتر، پذیرای نوعِ تحلیل توصیفی نزدیکی است که در این جا پیشنهاد شده تا برخی رویکردهای دیگر.

دلیل روشن دیگر برای رفتن به میدان ــ موقعیتِ دریافت رسانه ــ در دسترس بودن آن است. البته میراثِ پژوهشی و مفهومیِ مهم و بزرگی وجود دارد که به این نوع مطالعه می پردازد، میراثی که آن را تصدیق

---

۱ - ۹. یک حکایت عجیب مرتبط با مباحث ما در این جا این است که وقتی پخش تلویزیونی در سال ۱۹۹۵ در فیجی آغاز شد، تعدادی دستگاه تلویزیون از پیش در آن-جا بود که ــ با دستگاه ها و نوارهای ویدیو ــ توسط حامیان استرالیایی یک کشیش تله ونجلیسم آمریکایی تأمین می شد.

می کنم و در نقاط مهم طول مسیر پژوهش به آن ارجاع می دهم. اطلاعات میدانی که طرح خواهم کرد، از مجموعهٔ مطالعات بزرگ تر و جامع تری سرچشمه می گیرد. توصیفات فصول آینده، از مطالعاتی گرفته شده که بر عهدهٔ گروهی از محققان بود که به طور دسته جمعی کار می کردند. (۱) این همکاری، شامل روش شناسی و نظریه و نیز اَبعاد عملی تر اجرای تحقیق میدانی و انجام مصاحبه ها و مشاهدات است. بنابراین، بخش زیادی از شناخت هایی که در این جا مطرح خواهم کرد نیز، به طور دسته جمعی حاصل شده و در طول مسیر تلاش خواهم کرد تا اهمیت کارِ همکاران خود را ذکر کنم؛ چه کار میدانی و چه بینش ها و ایده های شان.

پروژهٔ بزرگ تر، به درکِ معناسازی در عصر رسانه ها اختصاص دارد که تصور می شود، معناسازی دینی یکی از مؤلفه های اساسی آن است. ما در طول مطالعاتمان، می خواستیم الگویی رویکردی به تحلیلِ اجتماعی و فرهنگی ترسیم کنیم که حقِ دین را ادا کند؛ زیرا بسیاری از آثار پیشین در مطالعات رسانه ای ــ و در واقع جامعه شناسی تفسیری ــ حقِ آن را ادا نکرده اند. توصیفی از این پروژه و روش شناسی آن، به عنوان ضمیمهٔ این کتاب می آید.

پیش از خاتمه، باید موارد اندکی دربارهٔ موضوعات محوری این بحث ــ دین و رسانه ــ طرح کنم. به صورت رایج، چنین آثاری با تعریفِ اصطلاحات آغاز می شود و البته این ها، اصطلاحات اساسیِ این کار

۱- ۰۰. برای مطالعهٔ شرح کامل این پروژه، از جمله بحثی همه جانبه دربارهٔ روش شناسی که در این جا نیز استفاده شده، ن. ک. (Hoover et al. ۲۰۰۴).

هستند. تعاریف عملی، هر چه که جلوتر برویم، روشن تر می شوند، ولی چیزهای مختصری را باید در این جا توضیح دهم:

اول تعریف من از دین است. آیـا منظور من، اَدیان مشـخص غرب ــ ادیان توحیـدی ــ است؟ آیا منظورم، اَدیان رسـمیِ دیگر موقعیت هـاست؟ آیـا منظورم ادیـان جدیـد یـا نوظهور است؟ آیا منظور من، سنّت متـداولِ آن ادیان است؟ آیا منظورم، اَدیان سنتی هم چون ادیانی است که در بیرون توسط انسان شـناسان مطالعه می شود؟ آیا منظورم عملِ دینی صـریح یا ضمنی است؟ آیا منظور من، چیزهایی است که گاهی شـبه دین خوانـده می شوند؟ دین به عنوان یک برچسب، اخیراً مسئله ساز شده است. آیـا منظـور من معنـویت یـا تعـالی است؟ اصـطلاحاتی که رایـج تر است. آیـا منظور من جوش و خروش (۱) ــ اصـطلاحی از دورکهیم ــ است؟ یـا منظورم، نوعی دین است که ویلیـام جیمز ــ و اخیراً چارلز تیلور ــ دربارهٔ آن قلم فرسایی کرده انـد؟ آیا منظورم، دینِ جوهری (۲) یا کارکردی ــ اصـطلاحات پیتر برگر ــ است؟ آیا منظور من، یک چتر مقدس یا یک شاخهٔ طلایی یا رسـتگاری یا امر قدسی، یا axis mundi است؟ آیـا منظورم، اَعمال مادی ترِ شـبه دین یا مناسک خشک دین است که در بسـیاری از نقـدهای فرهنگ بورژوایی مدرنِ متأخر، به باد انتقاد گرفته شده است؟ آیا منظورم مریم مقدس است یا مدونا؟ (۳) فکر می کنم منظورم همهٔ این موارد است و این، یک طفرهٔ روشنفکرانه نیست. البته

۱- ۰۱. effervescence

۲- ۰۲. substantive

۳- ۰۳. بازیگر، خواننده و ترانه سرای آمریکایی (اسم او در واقع نام حضرت مریم است) (م.)

در دینی خواندن این–همه چیز، این خطر هست که دین به یک مقولهٔ بی معنا تبدیل شود. در یک سطح، برای چنین پروژه ای مهم است که خود را در برابر تنوع تجربیات دینی، شبه دینی و تلویحاً دینی، چنان که توسط افراد مورد مصاحبه بیان و تجربه شده اند، با مسامحه عمل کند. یکی از مزایای چنین تداخل هایی، این است که می توانیم بفهمیم چگونه آن ها این چیزها را در موقعیت های شخصی تعریف می کنند؛ زیرا این تعاریف، بدون شک همراه با تعاریف در فرهنگ وسیع تر تغییر می کنند. هم چنین مهم است که بتوان شیوه های تعاملِ این تعاریف و ادراکات با منابعی چون رسانه را تبیین کرد.

مسألهٔ تعریف دین، برای دانشمندان اجتماعی و به طور خاص انسان شناسان، مسألهٔ جدیدی نیست. ذات گرایان و صورت گرایان دینی، از کلیفورد گیرتز ـ محققی که عمدهٔ میراث مفهومی و نظریِ حاضر به وی باز می گردد ـ انتقاد کرده اند که چرا تعریفی از دین اتخاذ کرده که بیش از حد استنتاجی است و تمایل دارد هر چیزی را که پاسخگویان، دین می خوانند، دین به شمار آورد. در واقع، تعریف گیرتز از دین، تعریفی است که دقیقاً بنیانِ مورد نیاز تحقیق ما را فراهم می کند. گیرتز، دین را چنین تعریف می کند:

نظامی از نمادها که از طریقِ تنظیم تصوراتی از نظم کلّی هستی و آراستن این تصورات با هاله ای از واقعیت، حالات و انگیزه های قدرتمند، فراگیر و بلندمدت در انسان ها ایجاد می کند به

طوری که آن حالات و انگیزه ها، به شکل بی نظیری واقع گرایانه به نظر برسند. (۱)

معنـای عملی این تعریف، آن است که اهمیّت یافتن یک معنا یا عمل اجتماعی به عنوان یک امر دینی، در صورتی است که ــ از منظر افراد دخیل ــ فراتر از ساحت مادی، به سـطح اهمیت ویژه می رود و چیزی است که خودِ فرد در آن قالب ها می بینـد. البته در این بـاره، بحث وجود دارد که آیـا این، تعریفی روشن است و یـا چیزهـایی که به دین ــ یا معنویت، واژه ای با اهمیت نوظهـور اجتمـاعی ــ نسـبت داده می شونـد نیز نیازمنـد بررسـی بیشـتر خواهنـد بـود؟ این موضوع، یکی از ارزش هـای تحقیقِ توصیفی از درون (۲) است که انجـام خواهیم داد. ما می توانیم شـیوه هایی را که مردم، به واسـطهٔ آن ها خود و اَعمال خود را دینی می خواننـد، بررسـی کنیم. این امر، نه تنهـا دربـارهٔ اَعمـال خـاصِ رسـانه محور برای این تحقیق اهمیت دارد، بلکه دربارهٔ مـاهیت تکامـل دینی معاصـر نیز به ما اطلاعاتی خواهـد داد. مسأله این نیست که آن چه دربارهٔ دین می گوینـد را در ارتباط با فرهنـگ رسـانه ای اثبات کنیم، بلکه آن است که این ایـده ها را در موقعیت بزرگ ترِ حیات اجتماعی شان و ــ به طور وسـیع ترــ فرهنگِ گسترده تر قرار دهیم. بنابراین، چه بخواهیم یا نخواهیم، تعریف گیرتز خواهـد بود که به عنوان تعریف عملی دین در این مطالعه استفاده خواهد شد. هر چند ممکن است تصور شود که تعریف رسانه، شاید روشن تر از تعریف دین باشد، ولی باز هم

۱- ۰۴. Geertz (۱۹۷۳).P,۹۰

۲- ۰۵. embedded

پیچیدگی هایی دارد. به طور سنتی و در گفتمان رایج، رسانه بیشتر در قالب های تکنولوژیک تصور می شود. رسانه؛ یعنی ابزارها، خدمات، انتشارات و کانال ها. تمایل دارم پیشنهاد دهم که رسانه ها را به عنوان اَعمال، تصور کنیم نه تنها به عنوان نهادها، متون یا اشیاء.

مجموعه چیزهای مهمی برای مطالعۀ حاضر وجود دارد که از معنای سنتی رسانه فراتر می رود، مانند انواع گوناگون اجرای عمومی و نیز فضاها، مناسک، گروه های ملاقات، کلاس ها، سمینارها و اشیای مقدسی چون نقاشی ها، مجسمه ها و آن چه اشیای پر زرق و برق دینی (۱) خوانده شده است. همۀ این موارد در مصاحبه های ما و دیگر مطالعات به عنوان مواردِ دارای اهمیتِ دینی ظاهر می شوند. درک این که شاید این ها دینی باشند، احتمالاً آسان تر است تا درک این که رسانه نیز هستند. چنان که در فصل بعد با جزییات بیشتر بحث خواهم کرد، یکی از نشانه های مدرنیتۀ متأخر، صفی طویل از آن دسته اَعمال و اَشیای اجتماعی و فرهنگی است که کالا شده و تقریباً بنا به تعریف، بخشی از محیطِ فرهنگی رسانه ای هستند. بنابراین، می خواهم تعریفی از رسانه داشته باشم که کاملاً ـ باز باشد و به نوعی همانند تعریف ما از دین باشد. تا جایی که یک عمل یا موقعیت اجتماعی، بخشی از فرهنگ عمومی شامل مداخلۀ تکنولوژیک یا اجتماعی است و در دسترس موقعیت هایی است که بررسی خواهیم کرد، گزینۀ تصور آن به منزلۀ یک رسانه را باز نگاه خواهم داشت.

۱- ۰۶. religious kitsch

خواهم کوشید در این مطالعه بگویم که بسیاری از رویکردها، ایده ها و نقدهایی که در مدرنیتهٔ متأخر دربارهٔ پیوند دین و رسانه طرح شده، ناشی از فرضیّات بررسی نشده و آزمون نشده دربارهٔ تعاملِ بنیادین، میان رسانه و تجارب مربوط به دین یا معنویتِ افراد و مخاطبان است. بیشتر چیزهایی که فکر می کنیم دربارهٔ شیوهٔ تعامل و ارتباطِ رسانه و دین می دانیم، مبتنی بر ایده هایی دربارهٔ این تعامل است که می تواند با موقعیت زمینی، مرتبط باشد یا نباشد. تا وقتی نتوانیم نگاهی نزدیک تر و دقیق تر به تجربهٔ واقعی بیفکنیم، مانند این است که حلقه ای از زنجیرهٔ معانی و پیامدها مفقود است.

بنابراین، فکر می کنم آن چه در این جا انجام خواهیم داد تأمین آزمون ها، ایده ها و منابعی مهم برای برخی فرضیات رایج است. اگر بیشتر بدانیم که چگونه مردم با شیوه های دینی و معنوی از رسانه ها استفاده می کنند و چه چیزهایی را به لحاظ دینی و معنوی مهم می یابند، خواهیم توانست با اطمینان بیشتر و چیزهای بیشتری دربارهٔ انواع احتمالات، پیامدها و تأثیرات بزرگ تر بگوییم. در اساسی ترین سطح، این پروژه را تعیین کنندهٔ ظرفیت های رابطهٔ نظام مندِ میان رسانه و دریافت می دانم تا معلوم شود که از چه نوع معانی و پیامدهای دینی و معنوی پشتیبانی کنیم. شاید از برخی جهات، معقول باشد که تأثیراتی را توصیف کنیم که در این موقعیت ها ظاهر می شوند. از جهات دیگر، شاید معقول باشد که دربارهٔ گفت وگوها و بازنمایی ها صحبت کنیم. با این حال، اکنون چیزهای زیادی هست که نمی دانیم و چنان که خواهیم

دید، برخی از مقبول ترین و متداول ترین فرضیاتی که با آن ها وارد میدان خواهیم شد، پیش از همه فرو می ریزند.

در این کار، محدودیتی وجود دارد که ناشی از تازگی پروژه است. در فصل های آینده خواهم گفت که این مطالعه از بسیاری جهات، نشان دهندۀ تعاملی میان پارادایم های نوظهور در مطالعات رسانه ای، فرهنگی و دینی است. منابع مفهومی و نظری که از آن حوزه ها در اختیار این تحقیق است، برای تعیین قالب ها و طرح های آن چه انجام خواهیم داد، بسیار مفید است ولی همراه با آن منابع، این مسئولّیت هم هست که در تحلیل های خود، به شکل عینی از همۀ آن ها استفاده کنیم. چنان که خواهیم دید، این فرضیّات علمی در میدانِ [عمل] نیز تأیید نمی شوند یا قابل تأیید نیستند. البته این نیز، یک یافته خواهد بود، ولی برای این واقعیت، پرمعناست که هر تحقیق، همواره انتقالی ــ بینابینی ــ (۱) است. این کتاب را باید در ابتدای ــ نه نزدیک انتهای ــ مباحثِ دین و رسانه دید.

در فصل آینده، موضوعاتِ زمینه های دینی و رسانه ایِ معاصر را با جزییات بیشتر بررسی خواهیم کرد. اهمیت دارد که بدانیم چگونه تکامل این حوزه ها، شرایطی را ایجاد می کند که در آن، معناسازی ــ دربارۀ دین و به طور کلی معنای اجتماعی ــ اتفاق می افتد.

۱- ۰۷. transitional

پاره دوم: از رسانه تا معنا: تحولات نظریه های رسانه، دین و فرهنگ

اشاره

پاره دوم: از رسانه تا معنا: تحولات نظریه های رسانه، دین و فرهنگ

بیشتر مورّخان ریشه شکل گیریِ ارتباطات جمعیِ مدرن را، قرن نوزدهم می دانند. در پایان قرن هجدهم، تکنولوژیِ حوزهٔ رسانه بیشتر کتاب، نشریه، جزوه و پوستر، یعنی کلمات چاپی بود. با وجود نوآوری ها در حوزهٔ تولید و توزیع، دسترسی به رسانه ها هم چنان به سبب جغرافیا، طبقهٔ اجتماعی و توانایی اقتصادیِ مردم محدود می شد.

بنابراین، برای درک اهمیت یک رسانه، باید فراتر از ابزارها به زمینه ها، عملکردها و مخاطبانِ آن توجه کنیم. رسانه به طور کلی، هم در تولید و هم در مصرف، عملکردی اجتماعی دارد؛ به همین دلیل باید آگاه باشیم در کجا، به دست چه کسی و با چه نتایجی استفاده می شود.

در قرن هجـدهم و نوزدهم فرهنگ دریافت،(۱) در حوزهٔ چـاپ، ظهور و توسـعه یافت. یورگن هابرماس این امر را با ارجاع به حوزهٔ سیاست و فرهنگ نخبگان توصیف کرد.(۲) دیویـد نورد و داگ آندِروود نیز در حوزه های نزدیک تر به موضوعِ ما ــ چاپ و روزنامه نگاری دینی ــ چنین کردها نـد.(۳) هم چنین، در آن زمان شاهـد ظهور اسـتقبال مردمی پرشوری هستیم که به شکل جامع تر در اواخر این قرن، لاورنس مور و دیگران آن را توصیف کردند.(۴) گزارش کلاسیک توکویل در همین دوره، فرهنـگ دینی ملموس و نیرومنـدی در ملت نوپـای آمریکـا یافت که از جنبه های گوناگون، مبنای روابط اجتماعی، سیاسـی و مذهبی بود.(۵)

بنابراین، تفکر دربارهٔ چگونگی تعامل رسانه دین و دیگر رسانه هایِ جامعه و فرهنگ و نوع رابطهٔ آن دو، منطقی بوده است. با این حال، از ابتدا تفاوت‌هایی میان این دو به چشم می خورد.(۶)

در هر حـال ویژگی قرن نـوزدهم، تحولاـت عظیم تکنولوژیـک بـود و همین تحولاـت، زمینه را برای تکامـلِ ارتباطـات جمعی مدرن فراهم کرد.

۱- دریافت(reception) اصـطلاحی است در مطالعـات فرهنگی و رسـانه ای که به فرآینـدها، روش ها و موقعیت هایی می گویند که در آن افراد، رسانه ها را مصرف و از آن‌ها استفاده می کنند.

۲- Habermas (۱۹۸۹). دربـارهٔ اثر هابرمـاس بحث داغی وجود داشـته است، به ویژه دربارهٔ این پرسـش که چه کسـی در جامعهٔ مدنی تو در تو که از چنین دریافتی برخاسته، شریک بوده یا هست. مقایسه کنید با Fraser (۱۹۹۳).

۳- Underwood (۲۰۰۲), Nord (۲۰۰۴).

۴- Moore (۱۹۹۵). هم چنین نک: McDannell (۱۹۹۸) و Morgan (۱۹۹۸).

۵- De Tocqueville (۲۰۰۰). هم چنین Bellah (۱۹۸۶).

۶- این تفـاوت هم چنان در اموری چون فهرست های جداگانـهٔ فروش کتاب ها که توسط صـنعت چاپ و نشـر نگهـداری می شود، دیده می شود. هر چند کتاب های مذهبی جزو پرفروش ترین ها بوده اند، در فهرست پرفروش های نیویورک تایمز دیده نمی شوند، بلکه در یک فهرست جداگانهٔ مذهبی ظاهر می شوند.

در این دوران، تکنولوژی های گوناگونی اهمیت داشتند. دانش عکاسی، در اواخر قرن هجدهم در اروپا توسعه یافت و تا نیمه قرن نوزدهم توزیع محدودی داشت. عکاسی، مانند بسیاری از رسانه های پس از آن، به دلیل همراه شدن با رویدادهای خاصی، توجه عموم را به خود جلب کرد که جنگ های داخلی آمریکا، نقطهٔ عطف آن بود؛ زیرا این جنگ‌ها به وسیلهٔ عکاسی، به ویژه عکاسیِ ماتیو برادی، به نخستین جنگ واقعاً تصویری(۱) تبدیل شد. باید توجه داشت که ارتباط میان برادی، عکس ها و جنگ، دارای جهات مختلفی است. عکاسی، امکان تجربهٔ جنگ به شیوه ای بی سابقه را فراهم ساخت و با جلب توجه عموم، تصاویر آن را در ذهن مردم ثبت کرد. بنابراین، تحول برخاسته از تکنولوژی، از جهت شرایط تاریخی، رویهٔ اجتماعیِ مصرف و ترکیب این ابعاد، اهمیت داشت.

هم‌چنین در قرن نوزدهم، پس از رام شدن اسب ــ[پایان جنگ و آشوب ها]ــ نخستین پیشرفت اساسی در سرعت ارتباطات، اختراع تلگراف ــ نخستین رسانهٔ الکتریکی ــ بود. پیش از تلگراف، سریع ترین وسایل ارتباطی، کبوتر نامه بر و تلگراف ساحلی(۲) بودند. تلگراف ساحلی با وجود سرعت زیاد، در مسافت‌های طولانی سرعت چندانی نداشت. کبوترِ نامه بر، مسافت زیادی را به خوبی می پیمود؛ ولی قادر به حمل حجم انبوهی از اطلاعات نبود. تلگراف نیز همان زیرساخت نظام مند را داشت که نظام پُستی روم را به چنین عنصر مهمی در آن امپراتوری تبدیل کرده بود. ارتباط سریع، با توسعهٔ نظام های جاده ای و پُستی، مطمئن و ــ

۱- visual

۲- Semaphore

مهم‌تر این‌که _ عمومی شـد. تلگراف، پیشـرفت هـای شـگرفی در سـرعت و حجم این نظـام ها ایجاد کرد و درک اجتماعات، ملّت ها و در واقع جهان از خود را برای همیشه تغییر داد.

سایروس فیلد، با شاهکاری مهندسی که یکی از بزرگ ترین موفقیت های تکنولوژیک دوران مدرن به شمار می‌رود، توانست در سال ۱۸۶۶ یـک کابـلِ تلگراف، در عرض اقیـانوس اطلس قرار دهـد. این عمـل، در جهـان بینی نخبگانی که به این وسـیله دسترسـی داشـتند، تغییر مفهومیِ بزرگی ایجـاد کرد؛ برای نمونه جدیـدترین خبری که پیش‌تر، از آن سوی اقیانوس به روزنامه های آنان می رسید، مربوط به ده تا چهارده روز پیش بود؛ ولی اکنون آخرین خبر، مربوط به ساعات اخیر است. بنابراین دیگر محـدودیت در انتقـال اخبار خام نیست، بلکه در تألیف، ویرایش و توزیع آن است. این تفاوتِ زمانی، با رسـیدن نخستین کابل به استرالیا در دهـهٔ ۱۸۷۰ عمیق تر شـد. بـاز هم یک شـبه، فاصـلهٔ زمانی اخبار لنـدن از بیش از یک ماه به چنـد ساعت کاهش یافت.

سـومین تکنولـوژی مهـم قرن نـوزدهم، تلفن بـود. شایـد بیشـتر مـا تلفن را مهم‌ترین تکنولـوژی بـدانیم؛ زیرا جزیی ضـروری از زندگی ماست. تلفن از جهت سـرعت، در مقایسه با تلگراف، پیشرفت چندانی نداشت؛ ولی به دلیل سهولت و سادگیِ استفاده از آن در زنـدگی روزمره و تجـارت و هم چنین به دلیل شـباهت بیشترش به انسان _ انتقال مسـتقیم صـدای انسان از آن سوی خط _ کاربرد گسترده‌ای یافت. تلفن، آشکارا خانگی‌ترین تکنولوژی بود که به سرعت وارد زندگی روزمره شد و تحولی

اساسی در مجموعه ای از روابط اجتماعی و فرهنگی ایجاد کرد،(۱) در نتیجه الگوی حوزه هایی چون دوستی دختر و پسر، وظایف والدین و ارائهٔ انواع خدمات تجاری و اجتماعی را برای همیشه تغییر داد.

آخرین تحول مهم ارتباطی _ تکنولوژیک قرن هجدهم، ماشین چاپِ پرسرعت بود. نخست در لندن، در دههٔ ۱۸۶۰ نظریه های جدید تولید انبوه که از صنعت نساجی سرچشمه گرفته بودند، با چاپ ادغام شد و کشف نیروی بخار و سپس برق، امکان چاپ در حجم بسیار بالا را افزایش داد. روزنامه هایی چون Illustrated London News، تأثیر این تحول تکنولوژیک بر نشر را از طریق ارائهٔ اَشکال جدیدِ محتوا و توزیع نشان دادند. به این ترتیب، رسانه یک باره توانست به رسانه‌ای توده ای تبدیل شود و پرشمارتر از گذشته در دسترس خوانندگان بسیاری قرار گیرد. دورهِ مطبوعات توده ای، سه ویژگی داشت که نشانهٔ ارتباطات جمعی مدرن است. نخست این که تولیدِ انبوه، امکان فروش روزنامه، جزوه و کتاب را به قیمت بسیار نازل‌تر از گذشته فراهم کرد. این امر، تحولی بزرگ در ماهیت خوانندگان به وجود آورد؛ در حالی که پیش تر طبقات متوسط و بالا، بیشتر روزنامه می‌خواندند، اکنون روزنامه در دسترس توده ها نیز قرار داشت، در نتیجه دوره ای شکل گرفت که برخی آن را دوره دموکراتیک تر در توزیع اخبار می خوانند.(۲)

ویژگی دوم این که، دگرگونی وسیعی در محتوای اخبار پدید آمد و همه چیز از نوع مطالب نشریه گرفته تا سطح خوانشِ خوانندگان را

۱- Fischer (۱۹۹۴)

۲- برای خواندن بحثی ترکیبی و جدید نک:۲۰۰۵) Schudson and Tifft).

تغییر داد. سوم این که، توده ای شدن رسانه ها، شیوهٔ بهره برداری و تأمین مالی آن‌ها را نیز برای همیشه تغییر داد. پیش‌تر، روزنامه ها با بهای تک فروشی تأمین می شدند، ولی با تکامل مطبوعات توده ای، آگهی های بازرگانی منبع مهم درآمد آن‌ها شد و اکنون نیز منبع اصلی درآمد رسانه‌ها به شمار می‌رود. هر یک از ویژگی های دورهٔ رسانه های توده ای که کم و بیش با آغاز قرن بیستم ظهور یافت؛ مانند توده ای شدن مخاطب، عامه پسندشدنِ(۱) محتوا و اهمیت یافتن آگهی های بازرگانی به عنوان منبع درآمد، از همان زمان به جنبه ای مهم و بحث برانگیز تبدیل شدند؛ به گونه‌ای که هر سه در بحث ما دربارهٔ روابط میان دین و رسانه اهمیت دارند.

با پیشرفت رسانه های رادیو ـ تلویزیونی، تصویری و دیجیتالی در قرن بیستم، هنوز نظریهٔ مخاطبِ توده ای به نوعی مطرح است؛ ولی این رسانه ها به گونه‌ای کاملاً ملموس و سازمان یافته به جزءِ پیوسته و مؤثر بر محیط بزرگ ترِ فرهنگی تبدیل شده اند(۲) و ظرفیت آن‌ها برای چالش، بازسازی یا جایگزینی نهادها و اعمالی که زمانی، خاصّ دین بودند، در همین واقعیت ریشه دارد.

فرهنگِ سلیقه ای(۳) که در رسانه های گوناگون ظهور یافته نیز موضوع بحث های فراوان است. رسانه به اصطلاح عامه پسند تلویزیون و هم چنین

۱- popularization

۲- Thompson, John B. (۱۹۹۵) The Media and Modernity, Stanford: Stanford University.۱۲ (Press, (especially Part ۱

۳- taste culture

فیلم و موسیقی عامه پسند، به بحث های مهم مربوط به هنجارهای فرهنگی و روابط اجتماعی وارد شده اند و ــ از نظر برخی ــ اکنون نشان دهندهٔ تعریف فرهنگ و ارزش های فرهنگی هستند که باید در هر پروژه مربوط به ارزش های هنجاری، مورد توجه و پرسش قرار گیرند، همان طور که دین نیز به ارزش های هنجاری، مربوط است.(۱)

نقش آگهی های بازرگانی در رسانه نیز، پر اهمیت است. مهم‌تر از هر چیز، آگهی های بازرگانی به رسانه های نوظهور قرن بیستم استقلالی داد که رسانه های چاپیِ گذشته از آن بی بهره بودند. رسانه های مسلط قرن نوزدهم، مدیون سازمان های دیگری بودند؛ در انگلستان و آمریکا رسانه مدیون حکومت ها، احزاب سیاسی، نهادها و سازمان های اجتماعی از جمله سازمان های دینی بود؛ ولی اکنون با استفاده از آگهی های بازرگانی توانسته از این وابستگی ها رهایی یابد، هر چند بی‌شک آگهی ها با خود تعهدها و انتظارهای مشخصی نیز به دنبال می آورند.(۲) شاید یکی از مهم‌ترین نتیجه‌های آگهی ها برای رسانه های جمعی ــ که برای بحث

۱- برای مطالعهٔ بحث های جامع تر دربارهٔ این مطالب در پروتستانتیسم آمریکایی نک: Promey (۱۹۹۶) و Rosenthal (۱۹۹۳) Bennett (۲۰۰۱). دو جریان فکری برجسته را نمایندگی می کند (این اثر قرائتی اخلاق گرایانه از فرهنگ معاصر، از جمله رسانه هاست) و Robert Putnam (۱۹۹۶) عقیده دارد محتوا و موقعیت فرهنگی بیشتر برنامه های تلویزیونی برای مشارکت اجتماعی و مدنی مضر است. توضیح این که، هم‌چنین رویکرد اصطلاح Leavisite به فرهنگ، که مطالعات فرهنگی معاصر خود را در برابر آن قرار می دهد، این رسانه های عامه پسند و فرهنگ عامه پسند را چیزی می داند که فرهنگ سطح بالا یا فخیم باید بر آن چیره شود.

۲- البته آگهی دهندگان، مستقیماً و بی‌شرمانه در تولید برنامه های رادیو ــ تلویزیونی اولیه وارد شدند و این موقعیت تنها با رسوایی مسابقات تلویزیونی دههٔ ۱۹۵۰ پایان یافت (برای مطالعه بیشتر نک: Barnouw ۱۹۹۰). دیگران به شکل قانع کننده ای می گویند جهت‌گیری تجاری رسانه های آمریکا این رسانه ها را از اِعمال نفوذ آزاد نساخته، بلکه آن‌ها را در ساختارهای نفوذ اقتصادی مسلط ادغام کرده است.نک: McChesney (۱۹۹۵) و Alterman (۲۰۰۳).

فعلی ما نیز اهمیت دارد_ این واقعیت است که تمام ابعاد رسانه ها در طول قرن بیستم به گونه‌ای فزاینده کالایی شد و مرز میان کالاهای غیررسانه ای و تصاویر، برنامه ها، نشانه ها، محتوا و خدمات رسانه ای روزبه روز بیشتر محو شد؛ برای نمونه، در رادیو _ تلویزیونِ آمریکا، سنّت خدمت عمومی(۱) و دیگر تعهدهای رادیو _ تلویزیون، تا پایان قرن بیستم به [سنّت و در واقع ابزارِ] توجّه به بازارها و نیروهای بازار تبدیل شد.(۲)

تبلیغ ضمنیِ(۳) کالاها در برنامه های تلویزیونیِ کودکان، نمایش و تبلیغ فزایندهٔ کالاها در فیلم و تلویزیون و تبلیغ ضمنی فیلم ها و موسیقی عامه پسند، همه نمونه هایی از محو مرزهای سنتی هستند.(۴) رسانه‌ها در برنامه‌های کلان اقتصادیِ خلق، بازاریابی و مصرف کالاهای فرهنگی، ادغام شده و از جهت‌های گوناگونی مبنای آن هستند.

آغاز قرن بیستم شاهد نوجوانی _ و برخی زیاده روی های _(۵) رسانه های جمعی نوظهور بود. همراه با رسانه ها، مجموعه ای از نظریه‌ها و ادراکات اجتماعی دربارهٔ قدرت، تأثیر و اهمیت آن‌ها ظهور یافت. با گذشت زمان، رسانه ها اهمیت جدیدی می یافتند و بر اساس

۱- public service

۲- یک چنین تمایلی در بنگاه های خبری بریتانیایی و سامانهٔ خدمات عمومی هم موجود بود. نک: (McChesney ۱۹۹۵)

۳- cross-promotion

۴- برای توصیف پدیدهٔ بازاریابی جوان گرایانه نک به: Goodman, Barak, Dretzin, PBS Frontline Video "The Merchants of Cool" WGBH, ۲۰۰۱

۵- تاریخ عوامانه و گفتمان عامّه، نقش ویلیام رندورف هرست و روزنامه های وی در جنگ اسپانیا- آمریکا را به رسمیت می شناسد.نک:(Sloan et al. ۱۹۸۹). همچنین نک:(Schudson and Tifft ۲۰۰۵) صص ۴-۲۰.

تکنولوژی هـا و تحولاـت تکنولوژیک، به گونه ای روزافزون تعریف می شدنـد. تلفن، تصاویر متحرک، ضـبط صوت، رادیو، رمان های بازاری(۱) و بعـدها تلویزیون ــ خودِ ابزارهـا ــ بیـانگر تمام تحولات اجتماعی و فرهنگی به شـمار می آمدنـد که با توسعه آن‌هـا شـکل می گرفت. بنـابراین، عجیب نیست که تمرکز گفتمـانِ عـامّه ــ و بعـدها علمی ــ نخست بر خودِ رسـانه یا رسانه ها بود. گرایش خاصی به این گفتمان وجود داشت.

در سـطح گفتمان عمومیِ مردم، رسانه بر اساس قـدرت یا نفوذ فرضـی آن شـناخته می شـد. در زمان فاجعهٔ تایتانیک در سال ۱۹۱۷ رادیـو، توجه وسـیع عموم را به خود جلب کرد. رادیو برای نخسـتین بـار در یـک حادثـهٔ مهم، خبررسـانی به عموم را به عهده داشت.

هم‌چنین، در ۱۹۳۷با پخش برنامهٔ جنگ دنیاها(۲) تخیل عموم به کار گرفته شد. مردم تصور می‌کردند رادیو با قدرت هدایت و فریبی که دارد، اضطراب و نگرانی وسیعی ایجاد کرده است.

تکامل نظریه و تحقیقات رسانه ای

تکامل نظریه و تحقیقات رسانه ای

بررسـی علمی و جـدی ترِ رسانه های نوظهور در چندین شـکل متفاوت ــ هر چند مرتبط ــ صورت گرفت. یک مکتب فکری مهم ــ که در

۱- Dime novel

۲- War of the Worlds یـک نمایش رادیویی که داسـتان آن حملـهٔ موجودات فضایی به زمین بود و ترس و اضـطراب وسـیعی در شـنوندگان خود ایجـاد کرد. مجری این برنـامه اورسن ولز بود که فیلم همشـهری کین وی هنوز در صـدر فهرسـت بهترین آثار سینمایی تاریخ قرار دارد. (م.)

مکتبی ریشه داشت که امروزه در محافلِ علمی، مکتب فرانکفورت(۱) خوانده می شود ــ بر نقش رسانه ها در توسعهٔ آن‌چه جامعهٔ توده وار خوانده شده تمرکز داشت. در پسِ این تفکر، این ایدهٔ مؤثرِ نظریهٔ اجتماعی قرار داشت که تکامل مدرنیته در غربِ صنعتی باید در پس زمینه حیات اجتماعی ــ آرمانی (و آرمانی شده ای) دیده شود که پیش از آن وجود داشت. این تفکر، به مؤثرترین شکل توسط فردیناند تونیز در اثر کلاسیک وی گمین شافت و گزل شافت بیان شده است.(۲) تونیز معتقد بود که جامعه، پیش از صنعتی شدن با مجموعه ای از روابط اجتماعی تعریف می شد که ارتباط نزدیکی با محل زندگی، خانواده و جهان بینی داشت. با عقلانی شدن فزایندهٔ جامعه، به دلیل صنعتی شدن، آشفتگی های اجتماعی‌ای ایجاد شد که این شرایط آرمانی اصیل را تضعیف کرد.

نظریهٔ جامعه توده وار می گوید یکی از این آشفتگی ها، تراکم جمعیت در اطراف مراکز تولید انقلاب صنعتی است. این امر به مهاجرت کارگران از مزرعه و روستا به شهر و حتی خارج از کشور انجامید. مراکز جمعیتی جدید ــ شهرهای صنعتی ــ فاقد ارتباط اجتماعی و حسّ تعلقی بودند که برای ثبات و خودآگاهی اجتماعی انسان اهمیت دارد. بنابراین، یک

۱- چنین نامی به دلیل شکل گیری در سال های ۱۹۳۰ تا ۱۹۶۵ از یک پروژهٔ تحقیقاتی مربوط به پژوهش و نظریهٔ اجتماعی بر آن نهاده شد که در مؤسسهٔ تحقیقات اجتماعی دانشگاه فرانکفورت آلمان مستقر بود. شخصیت های اصلی این مکتب، از جمله تئودور آدورنو با رشد نازیسم گریختند و همراه دانشجویان شان، نظریهٔ اجتماعی مربوط به رسانه ها را ادامه دادند.

۲- Tonnies (۱۹۵۷) in Gemein Schaft und Gesellschaft

جامعهٔ توده وار، جایگزین جوامع مستقر گوناگونی شد که این نیروی کار، از سوی آن‌ها آمده بودند. در این جامعهٔ توده وار، تأثیر عواملِ تفاوت مانند زبان، فرهنگ، دین و غیره که به شکل سنتی اساس هویت و جهان بینی افراد بود، به تدریج کمتر می شـد. گمان می رفت رسانه ها در این‌جا وارد می شونـد و روابط گمشده را با روابط جدیدی جایگزین می کنند که افراد را به محـل جدیـد خود می‌رساننـد. نظریـهٔ جامعـهٔ توده وار، در واقع نگران پیامـدهای این موقعیت بود و می گفت رسانه ها، قادر به اجرای درست چنین کارکردهایی نیستند و توان ایجاد سلطه ای ایدئولوژیک را ندارند.(۱)

دومین جهت گیری پژوهشـی نیز، در نیمهٔ قرن بیسـتم بر خود رسانه ها تمرکز داشت، ولی به دنبال مطالعه تأثیرات فرضی آن‌ها در بعدی فردی تر و روان شـناختی تر بود. امروزه، این جهت گیری در تحقیقات رسانه ای آمریکا، پارادایمِ مسـلط خوانده می شود. تصور می شـد رسـانه هـای گوناگون در بهترین حالت، بر اساس تأثیرات مورد نظر خود بر مخاطبان، مطالعه و درک می شونـد؛ برای نمونه، روزنامه به دنبال اطلاع رسانی است؛ بنابراین، تحقیق و پژوهش بایـد بررسـی کند که آیا در انجام این کار موفق بوده است یا خیر. پیامدهای ناخواسـته و منفی مواجهه با رسانه ها نیز مطالعه شد. برجسته ترین نمونهٔ آن، پروژهٔ تحقیقاتیِ گسترده ای است که چندین دهه بر مسئله تأثیرات خشونت

---

۱ - ۱۹۷۲) Horkheimer and Adorno)، صص ۱۲۰-۶۷؛ ۱۹۹۱) Adorno). برای خوانـدن تحلیلی- انتقـادی نک: ۱۹۸۹) Kellner)، فصل های ۵ و ۶.

رسانه بر بینندگان، به ویژه کودکان پرداخته است.(۱) در سنّت تأثیرات، موضوع‌های دیگری نیز از جمله آثار روان‌شناختی فردی،(۲) مشارکت سیاسی و مدنی،(۳) جامعه پذیری نوجوانان،(۴) نقش ها و هویت های قومی و جنسیتی بررسی شده است.(۵) نکته ای که برای ما اهمیت دارد این است که در بیشتر این کارها تأثیرات فرضی یک رسانهٔ خاص، بدیهی انگاشته می شود. تمرکز، بیشتر بر ابزارها، پیام های آن و بررسی پیامدهایی در مخاطبان است که با تأثیرات مورد نظر آن ابزارها و پیام ها هماهنگ است. سنت تأثیرات، تا اندازه ای به دلیل دامنهٔ وسیع و عمر طولانیِ آن، سنت مسلط خوانده می شود. مطالعات علمی مهم دربارهٔ تأثیرات تصاویر متحرک بر مخاطبان جوان، در دههٔ ۱۹۲۰ منتشر شد.(۶) از آن زمان تا کنون، هر تحول جدید در تکنولوژی رسانه، پرسش ها و نگرانی هایی مخصوص به خود را ایجاد می کند که در نتیجه، تقاضا برای تحقیق دربارهٔ آثار آن ایجاد کرده است.(۷)

۱- گزارش های بسیاری دربارهٔ این تحقیق در دسترس است؛ از جمله Liebert and Sprafkin (۱۹۸۸) و برای خواندن یک ارزیابی انتقادی نک: McGuire (۱۹۸۶).

۲- برای نمونه و برای مرور ادبیات جامع نک: Kubey and Csikszentmihalyi (۱۹۹۰). همچنین نک: Gunter (۱۹۹۴), Bryant and Zillmann (۱۹۹۷), and McAleer و (۱۹۸۶) Huesmann and Malamuth.

۳- Jamison (۲۰۰۰), Jamison (۲۰۰۲) و McDevitt and Chaffee (۲۰۰۰)

۴- Arnett (۱۹۹۱), Arnett (۱۹۹۲)

۵- مقایسه کنید با تألیف Andersen and Collins (۲۰۰۴). همچنین نک: Morgan (۱۹۸۷).

۶- Charters (۱۹۳۳)

۷- نمی گویم این رسانه ها بی تأثیرند یا تحقیقات گذشته در این باره معتبر نیستند. در حقیقت شواهد قانع کننده ای از تأثیرات مستقیم رسانه های مختلف بر مخاطبان گوناگون در موقعیت های متفاوت وجود دارد. در نتیجهٔ بسیاری از این مطالعات، اطلاعات اندکی دربارهٔ رسانه های دیگر، مخاطبان دیگر یا موقعیت های دیگر داریم. افزون بر این، چنان که در فصل ۱ گفتم و بعد هم با جزییات بیشتر بحث خواهم کرد، برخی پرسش ها را نمی توان به سادگی در قالب تأثیرات فرضی آن‌ها بررسی کرد.

یکی از دلایـل دیگرِ نفوذ وسـیع سـنتِ تأثیرات منطق قانع کننـدۀ آن است. بسـیار منطقی خواهـد بود که تصور کنیم رسانه ها، تـأثیرات ابزاری دارنـد. خود رسـانه هـا نیز چنین ادعـایی دارنـد. فرض بر این است که آگهی هـای بازرگانی، قـدرت فروختن اجنـاس؛ روزنامه ها، قـدرت اطلاع رسانی؛ برنامه های سـرگرم کننـدۀ تلویزیون، توانایی گریز دادن ما از واقعیت‌ها و فیلم های مسـتند، قدرت بردن ما به مکان های جدید را دارند. هم‌چنین، گرایشـی به این تفکر (هم چون نظریه پردازان جامعۀ توده وار) وجود دارد که این رسـانه هـا، به گونه‌ای بـا اجتماع و زنـدگی خانوادگی سالم و به هنجار غریبه و تا حـدی بیگانه هسـتند. در تفاوتی که هابرماس میان جهان زیست و جهان سیستم(۱) قائل می شود، رسانه ها ویژگی های دومی را دارند، هر چند نمادها و ارزش های اولی را به یاد می آورند. همان طور که در فصل های بعد خواهیم دید، بیرون دانستن رسانه ها از زندگی سالم و معنادار، همواره در لفافه دیده می شود.(۲) بنابراین، توجه فراوان به تأثیرات رسانه ها طبیعی است.

در هر دو گفتمان علمی و عامه، همواره رسانه ها به نوعی جدیـد شـمرده می شونـد. این امر، یکی از نتایج ظهور آن‌ها در قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم به عنوان جزیی از فرآیند صنعتی شدن و سیر مدرنیته

۱- Habermas (۱۹۸۵). از نظر هابرمـاس جهان زیست، حوزۀ پرمعنا، طبیعی و ارگانیکِ تجربـۀ اصـیل است؛ محلی که در آن به دنیـا می آییم، رشـد می کنیم، فرزنـدان خود را پرورش می دهیم و در جست وجوهای فردی خود به دنبال معنا و ارزش هستیم. جهان، سیستمِ تجربۀ ما از عقلانی شدن، تکراری شدن و بوروکراتیک شدن زندگی مدرن است.
۲- برای مطالعۀ بیشتر نک: Hoover et al. (۲۰۰۴).

است. به این دلیل می توانیم حدودِ زمانیِ روشنی ترسیم کنیم که رسانه ها را (در بیشتر کشورهای صنعتی غرب) با تحولات اجتماعی بزرگ صنعتی شدن پیوند می‌دهد و در حافظهٔ فرهنگی، در طبقه بندی مشخصی قرار می گیرند. در نتیجه، به طور طبیعی به تأثیرات آن‌ها توجه می شود.

مارشال مک لوهان و دیگران که دربارهٔ عصر رسانه ها، بزرگ نظریه(۱) را مطرح کرده اند، نمایندهٔ تلاشی متفاوت برای توضیح تکامل رسانه ها در مدرنیته هستند. آن‌ها نیز مشابه سنت تأثیرات، این ابزارها را جدید و دارای جایگاهی مشخص در مسیر طولانی مدرنیته می دانند و می کوشند رموز اهمیت آن‌ها برای افراد و جوامع را کشف کنند. هم چون سنت تأثیرات، این فرض وجود دارد که چیزی در نفس این رسانه هاست که ریشهٔ اهمیت آن‌ها به شمار می رود.(۲) از همان اوایل، شکل گیری نظریهٔ رسانه و ارتباط جمعی، فقط بر اساس تکنولوژی ها و ترتیبات تکنولوژیکِ آن، قانع کننده نبود. سنّت تأثیرات به زودی با مجموعه ای از سنّت های تأثیرات محدود(۳) همراه شد که مسائل را به شکلی متنوع تر می دید.

یک نقطه چرخش مهم، مطالعه انتخاب مردم در دههٔ ۱۹۵۰ بود که پل لازارسفلد و الیهو کتز آن را انجام دادند.(۴) مطالعهٔ رفتار رأی دهندگان، به جای بیان نقش عمدهٔ رسانه ها و تأثیرِ آن در

۱- grand theory

۲- Thompson (۱۹۹۵)، Pages: ۷-۸

۳- limited effects

۴- Katz and Lazersfeld (۱۹۵۵)

نگرش هـای سیاسـی، تأثیر محـدود آن‌ها را اثبات کرد. یک تغییر مفهومی و کلیـدی از این فرض که رسانه ها نقش مسـتقل و تعیین کننـده دارنـد، به این دیـدگاه صورت گرفت که رسانه ها بایـد چون عنصـری در مجموعهٔ کلان تر پویایی اجتماعی، که بیانگر رفتار رأی دهنـدگان است، دیده شوند. کتز در چرخشـی کلیدی پیشـنهاد کرد تصـمیم گیری رأی دادن باید در کسانی دیگر، یعنی رهبران افکـار(۱) دیـده شود که این رهبران افکـار، رسـانه هـا را منبع اطلاعـاتِ خود قرار می‌دهنـد. در نتیجه، این تفکر به وجود آمـد که تأثیرات رسانه ها، دست کم تا حدی که در این حوزه قابل تشـخیص است، الگویی چندمرحله ای دارد که از طریق شبکه های اجتماعی جریان می یابد نه مستقیماً از رسانه به فرد. مجموعه ای از دیدگاه های نظری در دهه های بعد شکل گرفت؛ از جمله آثاری که بر نوع استفاده مردم از رسانه ها و رضایت حاصل از آن تمرکز داشت.

در این‌جـا نیز تغییر دیـدگاه اهمیت دارد. بسـیاری از این تحولاـت جدیـد نظری، دیـدگاهی متفـاوت دربـارهٔ موقعیت اجتماعی رسانه، پیام و دریافت داشتند. از این رو بیشتر، این تفکر رواج یافت که مخاطبان، افراد یا اجتماعات با رسانه های مورد استفاده خود چه می کننـد، به جـای این‌که بررسـی کنیم رسـانه هـا با آن مخاطبان، افراد و جوامع چه می کننـد. این دیـدگاه، هم‌چنان نوعی شیء انگاری(۲) رسانه و مخاطب یا گیرنده به شمار می آمد، [چرا که] این دو عامل، مستقل از یکدیگر بودند. در حالی که منابع و پتانسیل ها تأثیر مشخصی برای رسانه تصور می کردند و

۱- opinion leader

۲- objectification

نیازها و خواسته ها ــ یا کارکردهای مربوط به آن منابع یا تأثیرات ــ در عملکرد گیرندگان دیده می شد، باز هم رسانه تعیین کننده بود؛ دست کم تا این اندازه که هر رسانه در ظاهر هدف های ویژه ای را دنبال می کند.

تحقیقات دربارهٔ دین و رسانه

تحقیقات دربارهٔ دین و رسانه

بیشتر مطالعات و تحقیقات دربارهٔ دین و رسانه، مسیرهای قابل پیش بینی را درون پارادایم رسانه پیموده‌اند؛ برای نمونه، بررسی رسانه های گوناگون، بر اساس توانایی آن‌ها در انتقال پیام های مذهبی به خوانندگان. تعدادی پژوهشِ تأثیرمحور، دربارهٔ مسائلی چون تأثیر تماشای تلویزیون دینی بر کلیسا رفتن و کمک به کلیسا انجام شده و پژوهش های نوع بازاریابی نیز، دربارهٔ پیام های دینی گوناگون و محتوای مذهبی در رسانه های مشخصاً دینی انجام شده است؛(۱) ولی چنین تحقیقاتی در بررسی مسائل دینی، رضایت بخش نبود. به دلیل این امر ضمنی ــ نظریهٔ روان شناسی یا جامعه شناسی دین ــ در واقع دین می تواند ساختهٔ چیزی چون رسانه ها باشد.(۲)

با این حال، از ابتدا در برخی آثار دینی و رسانه ها آمده بود که رابطه میان رسانه و مخاطب را می توان به گونه ای دیگر دید. مورخی به نام جوئل کارپنتر در مطالعهٔ رادیوهای بنیادگرا در دههٔ ۱۹۲۰ شواهدی

۱- Blumer (۱۹۷۵)؛ نک: McQuail (۱۹۷۰).

۲- برای نمونه این امر در بحث های میان کلیساهای تشکیلات مستقر پروتستان و جنبش انجیلی نوظهوری که به چنین پیام های با تأثیر مستقیم بسیار بیشتر علاقه مند به نظر می رسید، آشکار بود. برای مطالعهٔ شرحی از این دیدگاه ها نک: Ellens (۱۹۷۴)). برای خواندن دفاعی از رویکرد انجیلی نک: Armstrong (۱۹۷۹).

یافت که نشان می‌داد بعضـی از این رادیوها، هدفی غیر از تأثیر مسـتقیم بر رسـتگاری گناهکاران از طریق امواج در نظر داشـته انـد. او از مبلِّغ رادیـوی بنیـادگرا نقـل می کنـد که مهم‌ترین تـأثیر پخش رادیویی، ارائه یـا تبلیغ پیـام مسـیح(ع) برای مؤمنـان و کافران نیست؛ بلکه کمک به غلبهٔ فرهنگی بنیادگرایی و بعدها مسیحیت انجیلی (اونجلیسم)(۱) است. به گفتهٔ وی، رادیو آن‌ها را در پنجرهٔ نمایشی تبلیغات مدرن قرار می دهد.(۲) بنابراین، این خودآگاهی وجود داشت که رسانه ها می توانند به شیوه ای فراتر از انتقـال مسـتقیم پیـام عمـل کننـد. هم‌چنین، برنـامه ای فرهنگی ــ نمادین وجود داشت که در دوران محاکمـهٔ اسـکوپ ها(۳) و به حاشـیه رانـده شـدن اساسـی جنبش اجتمـاعی بنیـادگرایی در آمریکـا، معتقـد بود رادیو می توانـد برخی زمینه های گمشـدهٔ جنبش را از طریـق وارد کردن آن بـه حـوزه ای فرهنگی بـا اهمیـت روزافزون ــ حـوزه رسـانه هـای جمعی، تفریـح و سرگرمی و بازاریابی مدرن ــ بازیابد.

مطالعـهٔ مهم پارکر، باری و اسـمایت در ۱۹۵۴ دربـاره رادیوــ تلویزیون دینی(۴) نیز، شواهـدی فراتر از تـأثیرات در بر داشـت. پارکر و همکارانش افزون بر این‌که به شـیوهٔ تأثیرمحورِ بررسـیِ موفقیتِ رادیو ــ تلویزیون های دینیِ مختلف علاقه مند بودند، به شـیوه هـای متعـددِ بررسـی معنـا و اهمیتِ رادیوــ تلویزیون هـای خـاص در زمینه های اجتماعی، طبقاتی و فرقه ای نیز توجه کردند. رسانه ها تا جایی اهمیت داشتند که با چنین اموری مرتبط

۱- Evangelism

۲- نقل شده در: ۱۹۸۵) carpenter)، ص ۱۵؛ هم چنین بنگرید به: ۱۹۹۳) Dorgan).

۳- Scopes

۴- ۱۹۵۵) Parker et al.)

بودند. برای نمونه، موضوع مهم در زمان پژوهش پارکر و دیگران، ظهور اسقف فالتون شین، شخصیت مهم تلویزیون ملی بود. برجسته شدن شین که پیرو کلیسای کاتولیک رُم بود، از دو جهت مهم شمرده می‌شد. مسئلهٔ نسبتاً ساده، قدرت و تأثیرِ پیام او بود. جالب تر و مهم‌تر از آن، معنای حضور وی برای آیین کاتولیک آمریکا، یعنی انتقال آن از حاشیه به مرکزیت فرهنگی بود.

همان طور که پارکر، باری و اسمایت گفته اند، روشن بود که فهم شیوه های گوناگونِ استفاده و تفسیر چنین رادیو ــ تلویزیون هایی، مهم‌تر از بدیهی انگاشتنِ تأثیر واحد آن‌ها بر عقاید یا رفتارهای مخاطبان است.(۱) پس از ظهور تله ونجلیسم (تلویزیون انجیلی) در دههٔ ۱۹۷۰، دیدگاه های مشابهی در موج بزرگ تحقیقاتی ظاهر شد. این پدیده در اولین مقالهٔ علمی در یک ژورنال مهم مطالعات رسانه ای منتشر شد. کویینتین شولتز بررسی کرد که این کشیشان باید بر اساس اسطوره قدرتِ رسانه ها که در پس آن‌ها قرار دارد، درک شوند، نه این‌که فقط در ارتباط با تأثیرات فرضی یا ادعایی آن‌ها بر مخاطبان پذیرفته شوند.(۲) در اولین کتاب علمی که در این باره منتشر شد، پیتر هورسفیلد، این رادیو ــ تلویزیون های جدید دینی را در بافت تاریخی و فرقه ای تحلیل کرد و نشان داد که تنها راه ارزیابیِ اهمیتِ آن‌ها، در تعامل میان ادعاها و نمادهای آن‌ها و فرهنگ دینیِ کلّیِ آن زمان بوده است.(۳) دربارهٔ

۱- Parker et al. (۱۹۵۵)

۲- Schultze (۱۹۸۷)

۳- Horsfield (۱۹۸۴)

تله ونجلیسم(۱) درمی یابیم که اهمیت این کشیشان، فراتر از هر دلیل معتبری، بر دسترسی آن‌ها به تعداد یا نوع مخاطب مورد ادعایشان مبتنی است. در حقیقت، چگونگی کمک رادیو_ تلویزیون ها به بینندگان در درک، تبیین و جهان بینیِ دینیِ ایشان در موقعیت هایی که اغلب احساس بیگانگی داشتند، اهمیت داشت.

در اثری که از جهات مختلف فصل الخطاب علمی دربارهٔ تله ونجلیسم بود، جانیس پِک پیشنهاد کرد این برنامه ها، بحث هایی پیچیده دربارهٔ ماهیت و اهمیت محیط های فرهنگی و جهان بینی های متضاد آن‌ها در نظر گرفته شود. به عقیدهٔ پک، موفقیت ادعایی آن‌ها در دسترسی به تعداد زیادی از بینندگان بی ایمان بی اهمیت است.(۲) این رویکردهای گوناگون در واقع سبب تغییر موضوع تحقیقات رسانه و دین، از رسانه، به مسائل دیگری چون مخاطب، بافت اجتماعی وسیع تر معناها و نمادها و نیز روابط قدرت و ایدئولوژی در مدرنیته شد و در این مسیر، محدودیت ها و رویکردهایی را نشان داد که به رسانه و تأثیر آن توجه می کنند. اولین محدودیت، نظریه ای ضمنی دربارهٔ انسانِ مذهبی، این باور بود که مخاطب، لوح سفیدی(۳) است که با ترکیب درست رسانه و پیام می توان روی آن معنی و مقصود نگاشت. این تفکر، هم درک متعارف ما را از دین (که دوست داریم آن را چیزی عمیق تر و پرمعنا تر ببینیم) به چالش می کشد و هم بیشترِ تحقیقات کنونی و رایج دربارهٔ

۱- Hoover (۱۹۸۸)

۲- Peck (۱۹۹۳)

۳- blank slate

مجموعه نمادها، ارزش ها، ساختارها، اعمال و نظریاتی که دین می نامیم به چالش می کشد.

بیشترِ آن‌چه در فصل اول با عنوان چرخش فرهنگ گرایانه در آثار رسانه و دین شرح دادیم، با شناخت این پیچیدگی و ظرافت، ظهور یافت. راه حل فرهنگ گرایانه، تمرکزی دوباره بر دریافت مخاطبان و بی توجهی به فرآیندها و محصولاتِ تولید است، که لزوماً به دو موضوع ضمنی تاریخ ـ که در این فصل ذکر شد ـ نمی پردازد. این موضوع ها شامل روابط اجتماعی ـ ساختاری میان افراد، جامعه و رسانه هاست که شیوه های احتمالی ادغام رسانه ها در حیات اجتماعی و هم‌چنین رویه های معنایی و انگیزه های فردی و حتی روان شناختی که دریافتِ رسانه را شکل می دهند، در برمی‌گیرد. جایگزین های جهت گیری رسانه ای ـ که در بیشتر قرن بیستم حاکم بودند ـ منابع بالقوه ای ارائه می دهند. ایدۀ جالب ویژه ای از آمریکای لاتین، در تفکر عیسی مارتین باربرو و ایدۀ میانجیِ(۱) او دیده می شود. مارتین باربرو معتقد است جایگزین قانع کننده برای نظریه های رسانه ای، این ایده است که رسانه ها به جای این‌که منابع و تأثیر مشخصی برای فرهنگ داشته باشند، میان فرد و فرهنگِ او میانجی باشند.(۲) در حقیقت، مجموعه ای از میانجی گری ها سبب می شود افراد جایگاه خود را در فضا، زمان اجتماعی و فرهنگی بیابند. تصور می شود زبان، ایدئولوژی، تاریخِ مرسوم، ارزش های اجتماعی و فرهنگی، اسطوره ها و آگاهی از موقعیت‌ها در

۱- mediation

۲- (Martin-Barbero (۱۹۹۷

شکل گیری فرهنگ ما و ایجاد یکپارچگی مؤثرند و ما را به مکان و زمان خود پیوند می زنند. این ایده های مشترک میانجی، تجربهٔ ما از جهان مادی است و ما را به تعامل، رشد روان‌شناختی و اجتماعی، یادگیری و نیل به نوعی استقلال اجتماعی قادر می سازد که پایهٔ انسانیت وآزادی است. کاربرد ایدهٔ میانجی برای رسانه های جمعی، نقشی برای این ابزارها و فرآیندها در زندگی اجتماعی و فرهنگی و خودآگاهی قائل می شود که بیشتر، وابسته و کمتر مستقل از زندگی اجتماعی و فرهنگی است. آن‌ها جزیی از بافت آگاهی اجتماعی هستند نه فقط تأثیری بر این آگاهی.

نوعی دیگر از پژوهش و نظریه که با رویکردهای متمرکز بر رسانه تضاد دارد نیز، در مسائل مربوط به رسانه و دین اهمیت یافته است؛ مانند جهت گیری انسان گرایانه تر در نگاه به دین و معنویت بر اساس محصولات فرهنگی که آن‌ها را پشتیبانی و معنادار می کنند. آثاری چون پژوهش لاورنس مور دربارهٔ کالاهای مذهبی قرن نوزدهم،(۱) کار برجستهٔ کالین مک دانل دربارهٔ مسیحیت مادی،(۲) مطالعات دیوید مورگان دربارهٔ فرهنگ تصویری پروتستان های آمریکا در قرن نوزدهم و بیستم،(۳) تاریخچهٔ فرآیند هبه دادن از لی اشمیت،(۴) تاریخچهٔ ارتش رستگاری هم چون کالایی عمومی اثر دایان وینستِن(۵) و تاریخچهٔ رسانه های انجیلی

۱- (۱۹۹۵ Moore)

۲- (۱۹۹۸ McDannell)

۳- (Morgan (۱۹۹۸); Morgan and Promey (۲۰۰۱)

۴- (۱۹۹۵ Schmidt)

۵- (۲۰۰۰ Winston)

اثر هیتر هندرشات،(۱) نمونه هـایی هسـتند که نشـان می دهنـد مسائل زیادی بایـد با تمرکز بر رویه های مربوط به محصولات دین آموخته شوند.(۲)

از رسانه به معنا

از رسانه به معنا

در فصل گذشته گفتیم که در میان مجموعه ای از نظریه ها درباره رسانه ها و جامعه، پرسش های مهمی وجود دارد که هنگام مواجهه افراد با رسانه ها و اسـتفاده از آن‌ها، واقعاً چه اتفاقی می افتد. این جایگزینیِ اساسـی برای رویکردهای رسانهمحورتری ارائـه می شـود کـه در این حـوزه غـالب بـوده انـد. کـانون مسـئله این است که میـان عمـل میـانجی گری و اَعمـال دینی درهم وابستگی یا تعامل بنیادین وجود دارد. آنت دو وریس در درآمد مجموعهٔ تألیفی خود دربارهٔ دین و رسانه می گوید:

دیگر نبایـد تنهـا بـه معنـای تـاریخی و فعلی دین تـوجه کنیم ــ معنـای ایمـان و عقیـده و متضادهـای فرضـی آن ماننـد دانش و تکنولوژی ــ بلکه بایـد بر مفهوم فرآینـدهای میانجی گری و رسانه ای شدن متمرکز شویم که بدون آن و خارج از آن، هرگز دینی نمی تواند خود را آشـکار سازد. بر خلاف تحلیل هایدگر، رسانه ای شدن و تکنولوژیِ همراه آن، شرایطِ امکانِ مکاشفه ــ و به تعبیری شرایط آشکار شدن آن- را شکل می دهد، عنصری فنی که به حوزه متعالی

۱- ۲۰۰۴ (Hendershot)

۲- مسلماً رسانه ها را می توان محصول دانست. نک: بحثِ ۱۹۹۳) Moores) تکنولوژی های رسانه ای ،اشیایی در موقعیت فضاهای خصوصـی و داخلی. تفاوتی در این‌جا هست که احتمالاً تفاوتی جزیی است. اندیشـیدن به محصولات دینی، هم چنین امکان اندیشـیدن به رویه های دینی و معنوی را ــ که آن محصولات را در تجربـهٔ فردی ادغام می کنـد ــ نیز فراهم می کنـد؛ دیدگاهی که با نسبت دادن استقلال در این فرآیند به رسانه، بسیار متفاوت است.

تعلق دارد و بالعکس.(۱)

نظریه های میانجی گری و محصولات و کالاها نشان می دهند وقتی افراد با تولیدات رسانه ای تعامل دارند، در فرآیندی وارد می شوند که همزمان آن‌ها را به فرهنگ های گوناگون خود، گذشته های واقعی و تخیلی و منابعِ بینش و معنا پیوند می‌دهد؛ ولی باز خلأیی در دانشِ ما باقی می ماند. هم‌چنان دوست داریم بدانیم میانجی گری چگونه در موقعیت های گوناگون زندگیِ روزمره احساس، درک و استفاده می شود. در واقع می خواهیم بدانیم رسانه ها در این موقعیت ها، چه معانی اجتماعی ای دارند.

تمرکز بر معنا، هم متضاد و هم مکملِ بالقوه دیگر رویکردهاست. به وسیلهٔ آن درمی یابیم رسانه ها و پیام های گوناگونی که در حوزهٔ خصوصی در دسترس افراد است، چگونه در دیگر حوزه های زندگی اجتماعی و فرهنگی دریافت، درک و بالقوه استفاده می شوند. با این حال، مهم‌تر این است که تمرکز بر معنا، به اصل ارتباط رسانه با فرهنگ مربوط است. یکی از مسئولیت های نظریه فرهنگ گرایانه، درک شیوه های تولید و بازتولید معانی فرهنگی از طریق ابزارها و موقعیت های فرهنگ است. البته بخش مهمی از آن فرآیند بزرگ تر این است که چه معناهایی از طریق منابع میانجی ساخته می شوند. با این حال مسئلهٔ بنیادین این است که بررسی فرآیندهای معناسازی باید امکان تفسیر آن

۱- Hent De Vries (۲۰۰۱.۱)، ص ۲۸ . هر چند با DeVries (و دیگر نویسندگان آن کتاب) موافقم که مسائل گیرایی یا رموزی که به طور سنتی با دین همراهند و التزامات تکنولوژی در این زمینه، مهم هستند؛ ولی شاید اساساً آن ها به آن چه در زمان برخورد یا تعامل افراد با مواد رسانه ای رخ می دهد، نپردازند. این موضوع را با جزییات بیشتری در فصل آخر مطرح خواهم کرد.

را با توجه به نقش ویژه ای که فرهنگ رسانه ای دارد، فراهم کند.

بـا توجه به دغـدغه هـای ویژه ای که دربـارهٔ رسـانه و دین داریم، تمرکز بر معناسازی، مزایای دیگری نیز دارد. تصور می شود بیشتر مسائلِ دین، معنویت، ایمان، ماوراء و معنایی عمیق تر، پراکنده و متنوع هستند. دین و معنویت اجزای بسیار ذهنی، پیچیده و آرمانیِ زنـدگی شـمرده می شونـد. آن‌چه از تحقیقات دینی دربارهٔ دینِ عصر حاضر می دانیم نیز می گویـد که در مدرنیتهٔ متأخر بسیاری از ابعاد رسـمی، اسـتنباطی و ساختاری روشـنی که به شـکلِ سـنتی تعیین کننده دین، تفاوت دینی و معنای دینی بوده انـد، در حـال تغییر و تکامـل هسـتند. بنابراین، سـنجش آن‌چه ذاتاً دینی، معنوی، ماورایی یا معنای عمیق دارد، با گذشـت زمـان دشوارتر شـده است. شاخص های گذشـته دیگر قابل اسـتفاده نیسـتند. در واقع همان طور که در ادامه شـرح خواهم داد، اکنون بیشتر تعـاریف این امور، خود در قالب فرآینـدهای ذهنیِ جست وجو گری فرهنگی و درونی قرار دارنـد. بـدان معنا که، تحلیل و تفسیر مذهب معاصر، بیشتر به تبیین اعمال افراد و تعریف خودشان از معنای فرهنگی این اعمال بستگی دارد.

بـا توجه به مـاهیت مطالعـهٔ مـا ــ که موضوعـات مربوط به دین است ــ بایـد توجه داشت که همـهٔ معناهـا یکی و معنـای دینی نیسـتند. برآینـد بحث این‌که یکی از اصول تحقیقـات فرهنـگ گرایانه این است که معناها با فرهنگ ها در ارتباطنـد. هم چنین معنا، مقولـهٔ گسترده ای است که دربردارندهٔ مجموعه ای از زمینه ها از جمله دین است. به عبارتی، معنای دینی را زیرمجموعه ای ــ نوع خاصی ــ از معنای فرهنگی برمی شماریم. بنابراین، در این کتاب معناهایی را بررسی می کنیم که معناهای دینی

شمرده شده یا قابل تلقی باشند.

از طریق بررسی معنای دینی، احتمالاً می توانیم معناهایی دیگر را هم درک کنیم؛ زیرا آن‌ها نیز به فرهنگ رسانه ای مربوطند. در واقع، بررسیِ زمینه محورِ معناسازیِ دینی در عصر رسانه ها حتماً باید در موقعیت بزرگ تر معناهای فرهنگی صورت گیرد. معنای دینی ــ بنا به فرض ــ دربارهٔ هر امری باشد، نشان دهندهٔ این است که می تواند نمونه ای ارزشمند برای فرآیندهای بزرگ تر معناسازی باشد. این بدان معنی نیست که معناهای دینی به خودی خود مهم و مؤثر نیستند. دین و مجموعهٔ نمادها، تعهدات و منابع اجتماعی و فرهنگی که آن‌ها را با دین می شناسیم (چه امروزه برچسب دین را داشته و یا نداشته باشند) همواره امری مهم در چشم انداز اجتماعی و فرهنگی بوده اند. حتی در جوامع شدیداً سکولار نیز، دین نقش مهمی دارد. این واقعیت که فرآیند سکولاریزاسیون (عرفی شدن) آن گونه که پیش بینی می شد از آب در نیامد،(1) به فهم دین و مطالعهٔ حقیقت آن، اهمیت بی سابقه ای بخشیده است. دین در چشم انداز سیاسی غربِ صنعتی و فراتر از آن نیز، بیش از همیشه اهمیت یافته است. دین، بُعدی مهم ــ حتی تعیین کننده ــ در جهانی سازی و محرکِ جنبش های اجتماعی به شمار می رود. برای ما مهم‌تر این است که دین هم‌چنان عنصری مهم برای جست وجوی خویشتن در عصر مدرن به حساب می آید. همان طور که شرح خواهیم داد، بخش بزرگی از اَعمال اجتماعی در دوران معاصر، معطوف به

۱- برای خواندن بحثی کامل نک: Warner (۱۹۹۳) و Yamane (۱۹۹۷).

خویشتن و هویت خویشتن است. افراد در این دوران به شکلی روزافزون در جست وجوی معانی هستند تا از طریق کامل کردن خود و خودآگاهی به استقلال برسند. ناظران معتقدند دین، معنویت، تعالی و دیگر ابعادی که نوعاً با عنوان دین می شناسیم، هم‌چنان عناصری مهم (و حتی با اهمیتِ روزافزون) در فرهنگ جست وجو گری هستند.

نوع معناهایی که مورد بررسی ماست، از جهتی دیگر نیز، زیرمجموعۀ کلیت معناها هستند. ما تنها به نفس معنا توجه نداریم، بلکه ما به آن چیزی می پردازیم که برای افرادی مشخص و در مکان و زمانی مشخصٍ معنادار است. این مفهومِ عادی معنا، به شکلی بالقوه دربارۀ چیزی فراتر از دانش اجتماعیِ صرف است. چنین معناهایی معمولاً ویژگی سودمند، یعنی نوعی استفاده را دارند. این تفکر، عمیقاً در سنت های مطالعات فرهنگی ریشه دارد. ریموند ویلیامز، رهبر فکری این رشته، معتقد بود زندگی اجتماعی شامل پیوند خوردنِ فرد به یک ساختار احساس یا مجموعه ای از عواطف، ادراکات و معناهای فرهنگی است که فرد را با موقعیت خویش پیوند می دهد.(۱) این تفکر به دنبال تمایز از عملکردها و انگیزه های صرفاً عمل گرایانه یا عقلانی تر در زندگی اجتماعی بود. تجربه یا دانش معنادار، به شکل مؤثری عامل ارتباط افراد با ساختارهای احساس آن‌ها نیز هست. ایدۀ اِپیستِم(۲) (شناخت) فوکو و هبیتوسِ(۳) بوردیو نیز، اندیشه ها و کارکردهای مشابهی در دنیای اجتماعی و

۱- (۱۹۷۷ (Williams

۲- episteme

۳- habitus

فرهنگی درنظر دارند.

یکی از مسائل مهم افراد، مدرنیته ساختن خویشتن است. نظریه پردازان مؤثر و متأخر مدرنیته معتقدند، شرایط زندگی اجتماعی معاصر، مجموعه ای از مسئولیت ها را بر افراد تحمیل می کند که پیش تر وجود نداشت. ساختارها و دیگر ترتیبات اجتماعی و فرهنگی که زمانی در ایجاد منابع، ارزش ها و آرمان های مستحکم و مقبول برای زندگی اجتماعی قابل اتکا بودند، امروزه بنابر دلایلی فرو ریخته اند. برخی از این دلایل مبتنی بر ظهور عصر رسانه است. در نتیجه، افراد برای درک خویشتن به عنوان موجوداتی اجتماعی، باید خود به خلق شیوه هایی معنادار و کارکردی بپردازند. آنتونی گیدنز که شاید برجسته ترینِ این نظریه پردازان باشد، می گوید:

به همین دلیل، تمرکز بر خویشتن و کمال خود، جایگزین شیوه های پیشین رسیدن به دانش اجتماعی شده است.(۱)

بنابراین، آن‌چه در عملکرد رسانه ها معنادار است، به یقین با این مفهوم و تصویرِ در حال ظهور خویشتن، در ارتباط خواهد بود.

با این حال، اختلافاتی در خصوصیات نقش رسانه ها در مسئلهٔ خویشتن وجود دارد. یکی از دلایل این موقعیت جدید، از نظر گیدنز، پدیده ای مربوط به عصر رسانه هاست؛ گیدنز می گوید:

وجود ارتباطات جمعی مدرن و توزیع وسیع دانش دربارهٔ ماهیت زندگی روزمره توسط آن، مستقیماً عامل توسعهٔ نوع جدیدی از

۱- Giddens (۱۹۹۱)

خودآگاهی اجتماعی و فرهنگی شده است که آن را بازتاب پذیری(۱) می نامد.(۲)

امروزه افراد، بازتاب پذیری بیشتری دارند به این معنا که شبکهٔ روابط اجتماعی و فرهنگی ــ و جایگاه خود در آن شبکه ــ را آگاهانه تر از گذشته می شناسند و درک می کنند. طبیعتاً این دانش هم پیامدهای مثبت و هم منفی دارد؛(۳) ولی آشکارا، از واقعیّات زندگی مدرن متأخر است. در مقابل، روان‌شناسی به نام کِنِت گِرگِن نقش فرهنگِ رسانه ای را برای مسئلهٔ خویشتن در عصر حاضر بسیار متفاوت ــ و منفی ترــ می بیند. از نظر گرگن، خویشتن تحتِ تهاجمِ وسعت و پیچیدگی موقعیت ها، جذابیت ها و نمادهای فرهنگی است که ما امروزه به آن‌ها دسترسی داریم. وی این را خویشتن اشباع شده ای می نامد که قادر به یافتن جایگاه و موقعیت مرجعی نیست که شاید در گذشته برای شکل گیری خویشتنِ مستحکم، وجود داشته است.(۴) بنابراین گیدنز و گرگن دربارهٔ رابطهٔ فرد با فرهنگ رسانه ای، دیدگاه هایی کاملاً متفاوت دارند.

از دید گیدنز، هر چند در عصر رسانه ها چالش هایی برای زندگی اجتماعی و خودآگاهی اجتماعی وجود دارد، افراد برای شکل گیریِ خویشتن نسبت به فرهنگ، استقلالِ مشخصی دارند. گرگن نیز این

۱- reflexivity

۲- Giddens (۱۹۹۱)، به طور ویژه صص ۳۵-۱۹.

۳- در طرف مثبت، سطح فزاینده ای از استقلال شخصی، ولی در طرف منفی میزان بیشتری تردید دربارهٔ نهادهای اجتماعی، از جمله سیاست.

۴- Gergen (۱۹۹۱)

عمل فرهنگی را در اختیار افراد می داند، ولی ضمناً معتقد است حجم و وزن داده ها و موقعیت های فرهنگی برای فرد و خویشتنِ وی زیان بار است.(۱)

معنا و هویت

معنا و هویت

این منابع همراه با بسیاری دیگر در حوزهٔ مطالعات فرهنگ گرای رسانه ای(۲) معتقدند، مسئلهٔ کانونی معنا در رابطه با خویشتن، شکل گیری و حفظ هویت است. هویت در مقام بُعدی از خویشتن، توصیفِ خویشتن است. در نتیجه به گونه‌ای ارائه و بیان می شود که در آن موقعیت یا محیط ــ یعنی فرهنگ ــ برای دیگران قابل فهم باشد.(۳) شواهد اولیه فراوانی نشان می دهد رسانه ها نقش مهمی در ایجاد هویت دارند. تلویزیون، فیلم و موسیقیِ عامه پسند، محتوایی تولید می کنند که با هویت ارتباط دارد. تحقیقات به ویژه دربارهٔ جوانان و فرهنگِ جوانان ثابت می کند فرهنگ رسانه ای در تأمین منابع، زمینه ها و عملکردهای هویتِ جوانان نقشی اساسی دارد.(۴)

تمرکزِ تحقیق بر هویت، تغییر جهتی است که چند هدف را دنبال می کند. پیش از این گفته شد نتایج طرحی تحقیقاتی، که با توجه به

۱- این دیدگاه مخالف از خود و فرهنگ رسانه ای، موضوعی است که در فصل های بعد به آن باز خواهیم گشت و بررسی خواهیم کرد که تا چه اندازه شواهد در داده های مصاحبه های ما، یک دیدگاه یا دیدگاه مقابل را پشتیبانی می کند.

۲- برای خواندن بحثی جامع نک: Moores (۱۹۹۳).

۳- Denzin (۱۹۹۲)، ص ۲۶. این موضوع با جزییات بیشتر در فصل های بعدی بیان خواهد شد.

۴- برای مطالعهٔ بحثی کامل نک: Clark (۲۰۰۳)، صص ۲۳-۳.

پرسشِ کجا؟ به رابطهٔ میان رسانه و دین بپردازد، بسیار پربار خواهد بود. هویت، جایگاه مهم تعامل رسانه و دین در تجربهٔ انسانی است. هر چند تنها جایگاه نیست؛ ولی به منزلهٔ ابزاری راهنما، مقوله ای مهم در هدایت تحقیق ماست. این امر در ماهیت آثارِ معاصر دربارهٔ دینِ عصر حاضر دیده می شود. استیفن وارنر(۱) در مقاله مؤثر خود دربارهٔ پارادایم های جدید مطالعه دین می گوید که برای تبیین دین در عصر حاضر باید موضوع تفکر خود را از خصوصیاتِ دین، به تجربه دین تغییر دهیم؛ یعنی دین در مدرنیتهٔ متأخر کمرنگ نشده، بلکه ماهیت آن تغییر یافته است. از این رو، دیگر نمی توان دین را تنها بر اساس خصوصیات تاریخی، ساختاری یا دکترینیِ آن تعریف کرد. همان طور که در فصل های بعدی دقیق تر شرح خواهیم داد، دین به منزلهٔ نهادی در حال اُفول یا دست کم تحت فشار است.

به عقیده وارنر، در عوض باید دین را چیزی دانست که در تجربه، اَعمال و آرمان های زندگی انسانی ایجاد می شود. تمرکز بر هویت نشان می دهد که آن‌چه پیروان این شکل جدید دین ــ دست کم تا حدی ــ بدان می رسند، حس جدیدی در مقام انسان هایی مذهبی یا معنوی است؛ یعنی همان هویت مذهبی یا معنویِ آن‌ها.

وِید کلارک روف در شرح جامعی از دینداری مدرنِ متأخر در نسل پر زاد و ولد(۲) می گوید:

این عملِ ساختِ هویت ــ اگر بتوان آن را چنین نامید ــ پیوندی

۱- Warner (۱۹۹۳)

۲- Roof (۱۹۹۹)

میـان موقعیت تجربه فردی و موقعیت هـای بزرگ تر زنـدگی اجتمـاعی و فرهنگی، از جمله ادّعاهـای فرهنـگ درباره معناهای نمادین است. آشفتگی تغییر و تحولات دینی قرن بیستم، موجب شکل گیری ادعاهای ایدئولوژیک دینیِ روشنی شده است(۱)

و همان طور که روف می گوید، این برچسب های ایدئولوژیک با برخوردهای واکنشیِ روزافزون مواجه می شوند. یعنی افراد برای خود مجموعه ای از نمادها، ادعاها و عقایـد را از موقعیت های مختلف (شخصـی و عمومی) به هویتی حاصل شـده ــ که البته همواره در حال شـکل گیری است ــ پیونـد می زنند.(۲) همان طور که روف می گوید، اریک هابسـباوم با مفهوم سـنت ابداعیِ(۳) خود در چند دهۀ پیش، این رویه ها را پیش بینی کرده بود.

نکتۀ مهم در کار روف و دیگران این تفکر است که با منابعی که فرد برای رسـیدن به معنویت یا دینداری از آن‌ها استفاده می کنـد، به طور کلی به منزلۀ شـیء برخورد می شود. منظور، شـیء بودن آن‌ها در معنای فرهنگ مادی نیست، هر چند این اشـیاء در واقع بخشـی از آن چیزی هسـتند کـه در فرهنـگ، دین و معنـویت بـا آن رودررو می شـویم. در عـوض، منـابع و نمادهـای فرهنگی را به منزلۀ اشیایی در ارتباط با یکدیگر و با مجموعه چیزهایی به شمار می آوریم، که در تجربۀ ذهنی زندگیِ روزمره خویش با آن‌ها مواجهیم. در این‌جا باز هم ابزاری راهنما داریم تا این

۱- این موضوع به روشن ترین وجه در جنـگ های فرهنگ آشـکار شـده که در مرز میان سـنت های دینی نوانجیلی و محافظه کار نمودارگشته اند. برای خواندن بحثی جامع نک: Hunter (۱۹۹۲).

۲- Roof (۱۹۹۹).p ۱۲۸

۳- invented tradition

نوع عملکرد را از شیوه های معمول تفکر درباره رسانه ها مشخص کنیم. بنابراین، بهتر است رسانه ها را به منزلهٔ اشیاء(۱) تصور کنیم، نه متون، پیام ها، محیط ها یا نظام های ایدئولوژیک، که افراد در محیط زندگی با آن‌ها برخورد دارند. در فصل های بعد، شیوه این عملکرد را در موقعیت معناسازیِ فرد بررسی می کنیم. نظریه نمادین _ تعاملی، شیوه ای برای تفکر درباره افراد و رابطه آن‌ها با فرهنگ و اشیای فرهنگی، به ویژه درباره مسائلِ هویت و معنا ارائه می دهد که شاید در این‌جا کاربرد داشته باشد. مبنای تعامل گرایی این است که ما موجودات اجتماعی از طریق تعامل با دیگران رشد می کنیم. تعاملاتی که شامل ساختن و بازنمایی خود به شکل آگاهانه است.(۲) از طریق تعامل با دیگران می آموزیم که هستیم، چگونه رفتار کنیم، چه چیز با ارزش و چه چیز مناسب است. آن‌گاه با گذشت زمان، معنایی آرمانی از خویشتن می سازیم که با شبکه روابط اجتماعی، زمان و مکان خاصِ ما در ارتباط است. این امر پشتوانه منطق زندگی اجتماعی و فرهنگی، برای ساختنِ هویت های معنادار ماست؛ زیرا بازتاب دهنده ادراکات ما از منطق های فرهنگی، موقعیت هایی است که در آن زندگی می کنیم و دربردارنده اشیای فرهنگی از جمله نمادها، ارزش ها و زبان هایی است که به شکل گیری و معنابخشی در آن موقعیت ها کمک می کنند.(۳)

۱- objects

۲- برای خواندن شرح هایی جزیی تر از نظریهٔ تعاملی در ارتباط با فرهنگ نک: Denzin (۱۹۹۲). هم چنین Erving Goffman (۱۹۵۹) مفصل ترین نظریه دربارهٔ نمایشِ خود در رابطه با ایده های تعاملی را پروراند.

۳- Denzin (۱۹۹۲). pp ۸-۲۷

در دیدگاه مورد نظر من، برای ساختن خویشتن و هویت، عملکرد رسانه‌ها و اشیای رسانه‌ای نقش دارند. این‌که نقشِ چنین اشیایی چه اندازه محدود یا گسترده، تعیین کننده یا منفعلانه است، پرسشی تجربی است که در فصل های بعد آزموده می شود. البته فعلاً ـ همین که بر اساس دلایل معتبر می توانیم انتظار نقش آفرینیِ رسانه ها را در معنا و هویت داشته باشیم، بسیار اهمیت دارد.

در این‌جا تضادهایی ظریف و متنوع با نظریه سنتیِ تأثیرمحور پیش می آید. مطالعات رسانه ای فرهنگ گرا، افزون بر ترکیب پذیری هایِ کلی، به مطالعهٔ رسانه ها از دیدگاه مخاطبانِ رسانه و معناسازی فردی و گروهی تمایل دارند، تا دیدگاه متون یا نهادهای رسانه ای. این رویکرد، مایل به درک مسائل در قالب اشیای رسانه ای به منزلهٔ منابعی نمادین است تا سازه های ایدئولوژیک تعیین کننده؛ هم‌چنین این رویکرد می گوید شاید مسائل مهم، در حوزهٔ معناسازی باشد نه در حوزهٔ تأثیر رسانه ها بر رفتار. هم‌چنین تفاوتی بنیادین و جالب در آن‌چه مطرح می کنم، وجود دارد. دیدگاهی که رسانه ها را در قالب تلفیق با زندگی روزمره می بیند و نه در قالب تأثیرات آن‌ها بر زندگی روزمره.

در پارادایمِ به اصطلاح مسلطِ تأثیرات، رسانه ها اغلب با آسیب شناسی های مختلف مطالعه می شوند: از مطالعات اوایل قرن بیستم دربارهٔ تأثیر فیلم و رمان بر کودکان و نوجوانان تا نظریه های جامعه توده وارِ اواسط قرن بیستم و پس از آن. با مطالعه تأثیرات تلویزیون بر پرخاشگری، همواره تمایل به بررسی تأثیرات رسانه ها بر جامعه پذیریِ درست کودکان و شبکه اجتماعی متعادل یا خانواده سالم

وجود داشته است.

تعامل گرایی (یا شاید سنت اجتماعی ــ نظری عملگرایی که از آن برخاسته) به نوعی تمرکز متضاد دارد و در پی فهم و تبیین شیوهٔ جامعه پذیر شدن ما، فهم و تبیین شیوهٔ تعریف معنای خویشتن در جهان اجتماعی ای که در آن ساکنیم و از منابع اجتماعی و فرهنگی آن برای این اهداف استفاده می کنیم. افزون بر آن، فرض می کند این فرآیند، در سطوح مهمی آگاهانه و شناختی است. تعامل گرایی بدون انکار این امر که قسمت بزرگی از رشد روان‌شناختی فردی، کاملاً خودآگاهانه نیست و حتی بیشتر نهفته و نیمه آگاهانه است، به بررسی چگونگی تعریف ما از جهان خویش و اقدامِ ما برای سکونت در آن تمایل دارد. این رویکرد، با دیدگاهی نسبتاً جدید در روان شناسی اثباتی(۱) اشتراکات زیادی دارد. به گفتهٔ مدافعان آن، این دیدگاه در پاسخ به ابزارهای سنجشِ موجود ــ که اغلب به دنبال آسیب شناسی بوده اند تا کلیت مسئله ــ به وجود آمده است.(۲) یکی از مدافعان رویکرد اثباتی به نام شیکزنت میهالی در مقاله ای اولیه با نام چرا به چیزها نیاز داریم؟ دیدگاه های ارزشمندی برای رویکردی ارائه داده است که به بررسی اشیای رسانه ای می پردازد. وی در این مقاله می گوید:

اشیای فیزیکی (و در نتیجه فرهنگی) کارکردهای مهمی در آموزش اصولِ فضا، زمان و تاریخ به ما دارند.(۳)

۱- positive psychology

۲- "Seeking a focus on joy in field of psychology," New York Times, ۲۸ April ۱۹۹۸, section F,p۷.

۳- (Csikszentmihalyi and Rochberg-Halton (۱۹۸۱)

من نمی گویم موضوع اصلی تحلیل اجتماعیِ رسانه و دین، بررسی نظام های باثبات و [دارای] کارکرد کامل است. در واقع، تحلیل فرهنگ گرایانه رسانه در بهترین حالت برای موضوعاتِ متفاوت، تمایز، مقاومت، خوانش های جایگزین، تفسیرهای متضاد، نقد اجتماعی و تغییرات اجتماعی مناسب است. این امر از طریق نقد و تفسیرهایی صورت می گیرد که پیش زمینه شرایطی است که در آن نظام های مشخصِ معنا و رویه معنایی، یا مفهوم هستند یا مفهوم نیستند. بنابراین پیش زمینهٔ نظام اجتماعی و ویژگی های آن است و نه تأثیرات فرضی بر آن. می توان این نظام ها را با کارکرد کامل دید، ولی تعارضات و تنش های درون آن را نیز مشاهده کرد. تمرکز ما بر فرهنگ است. هر چند بیشتر آن‌چه در فصول بعدی مطرح می کنیم مربوط به افراد و تجربه ها، معانی و عملکردهای آن هاست. موضوعِ اصلی، بررسی فرهنگ های آن‌ها و درک شیوه هایی است که منابع گوناگون این فرهنگ ها به ویژه آن‌هایی که در حوزهٔ رسانه و مربوط به دین و معنویت هستند، تعریف می شوند. این نیز با پارادایم های رایج در پژوهش های ارتباطات جمعی و بخش عمده نظریهٔ اولیه ما درباره رسانه ها در تضاد است.

همهٔ ما ـ تا اندازه ای ـ با تاریخچه تحولات و ادغام تکنولوژی های رسانه ای در فضای اجتماعی آشناییم؛ از گفتمان های مربوط به ماهیت و تأثیرات این تحولات آگاهیم و حتی در آن‌ها مشارکت داریم. طبیعتاً به دلایل فراوان درباره شیوه های سالم ادغام یا عدم ادغام این رسانه ها ـ که گذشته از هر چیز تکنولوژی هستند ـ در زندگی خود دغدغه داریم.

تحقیقـات زیـادی درباره این موضوعات انجام شـده و بیشتر آن‌ها نشان می دهـد که ادغام رسانه ها در بافت زنـدگی روزمره، بیشتر فرآینـدی انتقالی (مـذاکره ای) است تا امری بـدیهی، آسان و شـفاف.(۱) بنـابراین طبیعی است که رسـانه هـا را هم‌چنان [دارای] تأثیراتی نسبتاً مصنوعی بر زندگی تصور کنیم و به جای آن‌که این تأثیرات را جنبه های طبیعی (شده) زندگی خود در نظر بگیریم، آن‌ها را در قالب آثار آسـیب شـناسانه بالقوه بررسـی کنیم. این امر در رابطه با دین اهمیت زیادی دارد؛ زیرا رایج اسـت که دین، بـا ارزش هـا و هم چنین بـا تلقین ارزش هـا و رفتارهـای هنجـاری و بـا تربیت کودکـان تعریـف شـود. بنـابراین چهارچوب یا نگاه مذهبی به رسانه ها در زندگی روزمره، پتانسیل بیشتری برای تفکر آسیب شناسانه یا تأثیرمحور داشته است.

همـۀ این صـحبت ها بـدان معنی نیست که رسانه ها حتی بر دین یا در ارتباط با آن تأثیری ندارند؛ بلکه بدان معناست که برای درک ماهیت آن تأثیرات، باید دقیق تر بررسی کنیم که چگونه، کجا و در چه موقعیت هایی تولید می شوند. همان طور که در فصل بعـد شـرح خواهیم داد، به دلایلی روشن، بسـیاری از پرسـش هایی که دربارۀ التزامات مـذهبی رسانه ها داشـته ایم، واقعاً جابه جا شده اند؛ یک دلیل این که رسانه و دین در بافت فرهنگ معاصر به شیوه هایی ظریف و گاهی نه چندان ظریف همراه بـا هم عمـل می کننـد. بررسـی فرهنـگ و معناسازی در بافت زنـدگی روزمره، هم چنین ما را متوجه موضوعی می کنـد که با ملاحظه ای

۱- Marc (۱۹۹۶) Sieftert (۱۹۹۴)، Piegel (۱۹۹۲)،

دوبـاره، روایت تحولات رسانه ها در آمریکا در قرن بیسـتم را مطرح می کنـد. پارادایم تأثیرات، در عصـر ابتـدایی تر رسانه ها ــ که رسـانه هـای مسلّط انـدکی وجود داشت ــ به نوعی معنـادارتر بود. تـا دهه ۱۹۳۰ چشم انـداز رسـانه هـای الکترونیک در آمریکا به موقعیتی رسـیده بود که از نظر بسـیاری طبیعی شـمرده می‌شد. برای نمونه، حوزه رسانه های عمومی که ظاهراً نقشی بزرگ و وحدت بخش در تعریف اوضاع فرهنگی داشت.

بیشتر مـدت این قرن، رسانه های مسـلط رادیو و سـپس تلویزیون در تملّک سه کمپانی بزرگ خصوصـی بود و تفاوت انـدکی میان آن‌ها به چشم می خورد. در آن موقعیت، اندیشیدن در قالب این تفاوت های کوچک تا حدی منطقی بود. تأثیرات رسانه ها در قالب خصوصـیات نسبتاً روشن و واحد محتوا دیده می شد و پرسش مطرح این بود که تأثیرات گوناگون، کجا و در چه کسـی دیده می شود؛ برای نمونه این آگاهی وجود نداشت که مخاطبان متفاوت، تفسیر گروه‌های گوناگون و جهان بینی های متفـاوت، می توانـد در موقعیت هـای گونـاگون، تجربه ای کاملاًـ متفاوت از این رسانه ها ایجاد کنـد. فرض غالب این بود که یـک بـازار ملّی رسانه وجود دارد و نیازها، منافع و انگیزه های آن کمابیش مشـخص است؛ برای نمونه نقش رادیو ــ تلویزیون در قالب مرجعی فرهنگی، تقریباً روشن است.

دین، تمرکز و وحـدت ظاهری رسانه ها در آن دوره (تقریباً بخش سوم قرن بیسـتم) با درک دوره ای هم‌زمان شد که [توسط] ویل هربرگ(۱)

۱- (۱۹۸۳ Herberg)

دورهٔ وحدت و بی آلایشی فرقه ای خوانده شده بود. در کلمات قصارِ مشهور او چنین آمده است:

کاتولیک، پروتستان یا یهودی بودن تنها انواع گوناگون آمریکایی بودن است.

مسئله این بود که در واقع، رسانه‌ها حوزهٔ عمومی را در دسترس این نهادهای دینی مسلط قرار می دادند. با گذشت زمان، نظام های پیچیدهٔ دسترسی ظهور یافتند که قدرت تثبیتِ مشروعیت نهادهای دینیِ مسلّط را، به شبکه های تلویزیونیِ عمده در آمریکا و انگلیس دادند.(۱) این امر پیوندی زودهنگام و عمیق میان دین و رسانه های عمومی ایجاد کرد؛ پیوندی که آن زمان تا حدودی مبهم به نظر می‌رسید، ولی امروزه سرآغاز ائتلافی فزاینده میان این دو حوزه به شمار می‌رود. تا این که افرادی با دیدگاه هایی خاص در جهانِ دین، متوجه شدند تغییرات مهمی ایجاد شده است. این‌که دین، دیگر نمی تواند رسانه ها را نادیده بگیرد.(۲) این نکته در دههٔ ۱۹۷۰ با ظهور تله ونجلیسم عمیقاً ثابت شد. این تحول از چند جهت اهمیت داشت. از جمله این که چالشی مشخص، در برابر سلطهٔ فرهنگی ادیان مسلط (در آمریکا و دیگر نقاط) ایجاد کرد؛

۱- برای خواندن مباحث کامل تر نک: Rosenthal (۲۰۰۱) و Hoover and Wagner (۱۹۹۷). در آمریکا، وسیله همان سیستمِ به اصطلاح مدت پخش بود که از طریق آن، ادیانِ غالب به پخش محلی و سراسری در تلویزیون تجاری دسترسی می یافتند. سیستم مشابهی در انگلستان ظهور یافت که در آن BBC، واحد دین داخلی خود را تأسیس کرد و شرایطی را وضع کرد که بر اساس آن، دیگر ادیان به پخش دسترسی می یافتند. بعدها این قدرت به خارج از BBCانتقال یافت، ولی دینامیک بنیادین همان گونه باقی ماند. مقامات رادیو ــ تلویزیون در جایگاه تصمیم گیری بودند که کدام دیدگاه های دینی مشروع هستند و کدام مشروع نیستند. برای خواندن دیدگاهی انتقادی از جنبشی که از سیستم انگلیس حذف شد.نک: Quicke and Quicke (۱۹۹۲).

۲- Fore (۱۹۸۷)

چالشی که بخش عمده گفتمانِ مربوط به آن، در همان زمان آن را تأیید می کرد. این امر یکی از نخستین نمونه های شکاف و تکثیر شبکه های رسانه ای بود که مشخصه ربع آخر این قرن به شمار می آمد؛ همان طور که تکنولوژی هایی چون رادیو ــ تلویزیونِ کابلی و ماهواره ای، انحصار شبکه های مسلط بر حوزه عمومی رسانه ای را شکستند.

در روزهای آغازینِ تلویزیون کابلی و ماهواره ای، بسیاری ــ حتی درون صنعت رسانه ــ امکان افزایش شبکه ها و خدمات برای سلیقه های گوناگون را در خواب هم نمی دیدند. عصر شبکه مسلّط کاملاً جا افتاده بود. تله ونجلیسم و خدمات کابلیِ بسیار موفقِ Home Box Office، در همان زمان ظهور یافت و امکانات آینده را نشان داد.

تله ونجلیسم هم‌چنین مسیرهای جدیدی در تحقیق و تفکر دربارهٔ دین و رسانه (که پیش تر گفته شد) ایجاد کرد که باعث توجه به شیوه های مخاطب محور و فرهنگ گرایانه تر در تبیین التزامات آن شد. تا پایان این قرن و در حالی که در عصر شبکههای تلویزیونی در آمریکا، رسانه ها محل گردهم آیی همهٔ ملّت شمرده می‌شدند، صنعت رسانه پیچیده تر و چند بُعدی تر می شد و در پایان هزاره، دیگر چنین برداشتی [که رسانه ها محل گردهم آیی همهٔ ملّت شمرده شوند] رایج نبود. تلویزیون کابلی، ده ها و سپس صدها شبکه را به خانه ها آورد. اینترنت، شبکهٔ جهانی وب و دیگر پیشرفت ها در ارتباطات دیجیتال، منابع بیشتری برای تجربه رسانه ای و رقابت شدیدتری برای رسانه های غالبِ گذشته ایجاد کردند. تکنولوژی های دیگری چون بازی های ویدیویی، وسایل دستی و تلفن های همراه افزون بر خدمات نرم افزاری جدیدی

چون پیام فوری و پادکست (pod-casting)، حوزهٔ رسانه ها را به شکل فزاینده ای پیچیده و چند بُعدی کرد. یکی از التزام های مهم این امر در پژوهش، این بود که مطالعهٔ رسانه ها در مقام یک کل، روزبه روز مشکل تر شد. حتی کار نسبتاً آسانِ سنجشِ میزان مخاطبان به منظور بازاریابی و تبلیغات نیز، دشوارتر شد. این امر باعث تحکیم رویکردهایی در مخاطب پژوهی گشته است که در عین حال به مطالعهٔ دین در رسانه ها اهمیت بیشتری بخشیده است. در اواسط این قرن پرسش ها ساده تر بودند؛ ولی این سادگی، پرسش های مهمی را پنهان می کرد که با ابزارهای موجود قابل پاسخ نبود.

دین پدیده ای پیچیده، ظریف و متنوع است و همان‌طور که در فصل بعد خواهیم دید، همواره پیچیده تر می شود. سادگی، زمانی این حقیقت را پنهان کرد که تأثیرات احتمالی محتوای رسانه ها بر معنای دینی و عمل دینی دقیقاً روشن نیست. روندهای بزرگی وجود داشت؛ ولی پرسش های زیادی هم بود که بدون استفاده از روش های متفاوت، قابل پاسخ نبودند؛ روش هایی که بر تنوّعات دین و معنویت حساس تر باشد.

در حالی که قرن نوزدهم با ظهور واقعیت اجتماعی و فرهنگیِ کاملاً جدیدی به نام ارتباطات جمعی پایان یافت، در پایان قرن بیستم تغییراتی در ارتباطات جمعی پدید آمد که اساساً مفهوم جمعی را مسئله ساز کرد. تحولاتِ تکنولوژیک، پرسش های فرهنگ گرایانه را ضروری و اجتناب ناپذیر نموده است؛ موضوعی که در فصل آینده دقیق تر بررسی خواهیم کرد.

پاره سوم: رسانه ها و مذاهب در مرحله انتقالی

اشاره

پاره سوم: رسانه ها و مذاهب در مرحله انتقالی

در فصل پیش استدلال کردم که در اواخر قرن بیستم، دنیای رسانه ها به نحو قابل تأملی دست خوش تحول شد. این قرن با پدیده رسانه های جمعی آغاز شد. در اواسط آن دوره، رسانه ها به صورت نیروهای محوری و غالب اجتماعی و فرهنگی شکل گرفتند. در اواخر قرن بیستم، مفهوم جمعی این رسانه ها و تأثیرشان بر جمع، زیر سؤال رفت. در واقع، ویژگی جمعی بودن آن ها به چالش کشیده شد؛ ولی اکنون رسانه ها نقش محوری خود را در زندگی اجتماعی و فرهنگی به خوبی تثبیت کرده اند. اکنون موضوع این است که آن ها را چگونه باید در نظر بگیریم؟ استعاره های گوناگونی برای رسانه ها پیشنهاد شده است. آیا نوعی محیط به شمار می آیند؟ یا سرزمینی هرزه و گسترده اند؟ حکم کدام یک را دارند: منزل چهارم؟ فضای فرهنگی؟ یا کانون گرم خانوادگی؟ آیا شیطانی اند؟ یا تکنولوژی های آزادی؟ تکنولوژی های نفوذ یا سیطره اند؟ یا تریبون ویدیویی؟ هر یک از این موارد، از الگوی جهانی تر و تمامیت بخش تری از رسانه ها سرچشمه می گیرند که یکی از شاخص های قرن بیستم به شمار می‌رود. در این جا نمی خواهم استعاره جدیدی برای رسانه ها پیشنهاد بدهم، ولی اگر دیدگاه رسانه ها را به منزله پدیده ای جمعی کنار گذاریم، لازم است به چند نکته کوچک توجه کنیم که تعریفشان اهمیت

دارد: امروزه مخاطبان، تفکیک شده تر، خاص تر و یک دست تر از گذشته شده اند، پس به نظر می رسد صفت جمعی دیگر کاربردی ندارد. این موضوع مهم به بررسی های بیشتری نیاز دارد، گرچه شاید بسیاری استدلال کنند، این مخاطبانِ جمعی هم چنان بسیاری از برنامه های تلویزیون را تماشا می‌کنند که البته موضوع درستی است. آن چه دیده ایم جمعی زدایی نسبی مخاطبان بوده است که همراه با بازاندیشی ما دربارهٔ اهمیت و دلالت مخاطبان جمعی است. مشخصه های گوناگون دیگری از رسانه های امروز هم، ارزش بازاندیشی دارند.(۱)

تحول در رسانه ها

تحول در رسانه ها

رسانه ها دیگر مانند گذشته جمعی نیستند ولی هم‌چنان جنبه عمومی دارند. در واقع ماهیت عمومی بودن آن ها مهم ترین بُعد جمعی بودنشان است. شمار فراوان مخاطبانِ رسانه ها صرفاً در طیفی محدود از متون، زمینه ها و گفتمان ها اهمیت می یابد. نکته مهم تر این‌که، رسانه های مذکور در دسترس انواع مخاطبان محدود وجود دارند و برای همه آن ها قابل استفاده اند. البته این رسانه ها خصوصی هستند، ولی بخش عمده آن‌ها عمومی، باز و آزاد هستند. بحث این است که چه کسی گفتار را شکل می دهد، چه کسی مشاهده می کند، چه کسی می پرسد و چه کسی دسترسی دارد؟ هنگامی که مخاطبان موقعیت خود را از حیث مشارکت در رسانه های مختلف بررسی می کنند، این

۱- بخش عمده مباحث زیر را می توان با تعاریف دریافت شده یا کلاسیک ارتباط جمعی از جمله مواردی مقایسه کرد که چارلز رایت (۱۹۷۴) مطرح ساخته است.

پرسش ها مهم‌تر می شوند، ولی همه آن ها متکی بر مشخصه بنیادین یا فرضِ عمومی بودن هستند. این جنبه عمومی، برخاسته از مشخصه ای است که باعث شد تا رسانه های جمعی، جمعی شوند. اقتصاد سیاسیِ حمایتگران عمده این رسانه‌ها متکی بر این است، که هرچه بیشتر مخاطب جمع کنند و این موضوع هنوز هم دغدغه مهم آگهی سازان به شمار می‌رود.

عنوان دموکراتیک که نخستین بار حدود صدسال پیش درباره مطبوعات جمعی به کار رفت، اکنون هم با وجود قدیمی بودنش، برای ما جذاب است؛ ولی این فرض ایدئولوژیک تر را مخدوش می کند که این رسانه ها که در دسترس جمع قرار دارند، فقط برای فرهنگ ِطبقات پایین تر و سلیقه‌های آن ها در نظر گرفته شده اند و از نظر محتوا و مصرف، بازتابِ موقعیت اجتماعی آن ها هستند. این موضوع هنوز هم جالب است. تحول در رسانه ها، به رسانه های الکترونیکی امکان داد که مخاطبان را به شیوه جمعیت شناختی و مبتنی بر سلیقه طبقاتی هدف گیرند، شیوه‌ای که پیش تر کمتر امکان داشت، ولی این مسائل که، چه رسانه هایی در اختیار چه مخاطبانی هستند و کدام یک مناسب سلیقه‌های فرهنگی‌اند، هم‌چنین پرسش هایی دربارهٔ ارتباط کیفیت در رسانه ها و طبقات ملی، قومی و اجتماعی که نمونه هایی از مخاطبان رسانه ها به شمار می روند، هم‌چنان لازم است روشن‌تر بحث شوند.(۱)

۱- چنان که در بخشی از فصل اول بحث کردیم، این پرسش ها مبنای عرصه مطالعات فرهنگی و رویکرد آن به مطالعات رسانه ها را شکل می دهند. آثار ریچارد هوگارت و ریموند ویلیامز (به طور اخص) پرسش های مهمی دربارهٔ این که چه فرهنگ هایی معتبر و هنجار هستند، مطرح ساخته اند. برای بحثی جامع تر در این زمینه نگاه کنید به ترنر (۱۹۹۰).

یکی دیگر از مشخصه های رسانه های جمعی، همزمانی یا برخورداری از برنامه زمانی است که هنوز هم مهم است. دوران رسانه های جمعی، ما را با این مفهوم آشنا ساخت که بخش عمده آن چه در رسانه ها با آن روبه‌رو می شویم، برای فروش بر اساس تاریخ در نظر گرفته شده است. محصول، با تاریخ خود پیوند دارد، گرچه عادت کرده ایم از رسانه ها در اوقات فراغت استفاده کنیم و فیلم ها و برنامه های تلویزیونی را سال ها پس از اولین نمایش شان، مصرف می کنیم و از مصرف نوستالژیک آن در شبکه ها و مکان هایی که برای این هدف در نظر گرفته شده اند، لذت می بریم. از نظر بیشتر مخاطبان، بی زمان بودن برنامه های خبری امری بدیهی فرض می شود.

یکی دیگر از ویژگی های مهم رسانه ها، ریشه ها یا منابع آن ها است. در تعریف‌های سنتی از رسانه های جمعی، ویژگی یکی برای همه برجسته است؛ زیرا رسانه منبعی محوری است که توجه مخاطبان زیادی را جلب می کند. این نکته، وجه اشتراک بیشتری با مفهوم عمومی بودن آن دارد ولی با وجودی که امروزه از جهات مختلفی به چالش طلبیده شد، هم‌چنان موضوع مهمی است؛ از این نظر که، مجموعه ای از عملکردهای مخاطبان و تنظیمات تکنولوژیک در رسانه ها، خود را به شکل تعاملی یا سلسله مراتبی نشان می دهند. برای نمونه می توانیم به راحتی اینترنت را در این رده قرار دهیم، هم چنین صنایع اگهی سازی و بازاریابی سال ها دربارۀ تغییر از مرحله ایجاد بازارها به جذب آن ها سخن گفته اند، جایی که اینترنت و آگاهی جمعی و خودمحورِ مصرف کنندگان امروزی، آن ها را به جای آگهی ساز یا بازاریاب

بر صندلی راننده نشانده است. چنان‌که در فصل های بعد خواهیم دید، مصرف رسانه های معاصر به گونه ای است که این نهادها خود را تعاملی و خود_مولد جلوه می دهند.(۱) نباید این واقعیت را نادیده بگیریم که رسانه های جمعی صنایعی پیچیده با سرمایه گذاری قوی هستند، که تفکری محوری آن ها را اداره می کند و بر اساس منطق های محوری و محوری سازنده عمل می کنند، در همان حال، چنان که یکی از نگره پردازان برجسته ادبی لقبشان داده، صنایع ایجاد آگاهی(۲) هستند که برای تولید مصنوعات فرهنگی و برای آگاهی بخشی استفاده می‌شوند. حتی اگر نخواهیم دلایل دیگری جز دلایل اقتصادی برای شان در نظر بگیریم. منطق اقتصادی آن ها به سوی ایجاد تمرکز و حتی انحصار پیش می رود، چنان که اکنون شرکت های کمی، چشم انداز رسانه ای بزرگی را در کنترل دارند.(۳) آثاری که آن ها تولید می کنند، بازنمایی های نظام یافته هستند. یکی از طرح های پژوهشی و تأثیرگذار که به منظور آشکارسازی ماهیت این بازنمایی ها جهت گیری شده بود، به گونه‌ای قانع کننده نشان داد که در این آثار مضمون‌های ایدئولوژیک روشنی وجود دارند.(۴)

پس اگر رسانه ها را روندهایی انحصاری و مسئول انقیاد ایدئولوژیک توده های جدایی ناپذیر مردم ندانیم، شاید درست نباشد بگوییم

۱- به همین علت می‌توانیم فرآیندهای ادراک را عموماً با توجه به چیزهایی که پدید می آورند و نه استفاده می کنند، مورد بحث قرار دهیم.

۲- Enzensburger (۱۹۷۴).

۳- Bagdikian (۱۹۹۷); McChesney and Nichols (۲۰۰۲).

۴- Jhally (۱۹۹۰).

فرآیند های تولید، بازنمایی و مصرف رسانه ای به شیوه هایی کاملاً آزاد، بی فشار و تقیّد عمل می کنند. حقیقت چیزی میان این دو است و این وظیفه مطالعات رسانه ای معاصر است تا در این مسیر تأویل های تخصصی تری ارائه دهد.

امروزه رسانه ها را به گونه‌ای دیگر می بینیم و این امر تا اندازه ای به دلیل تحولاتی است که در تکنولوژی ها، ساختارها و الگوهای مصرف آن ها صورت گرفته است. بنابر تعریف، زوال دوره رسانه های غالب، تکثر و چندگانگی در منابع را در پی داشت. برای نمونه چند دهه اخیر، انتشار مجلاتی که عناوین جدید را عرضه می کردند به حد انفجارآمیز بوده است. در صورتی که تصور می شد مجلات، با ظهور تلویزیون و دیگر رسانه های جدید به پایان راه برسند؛ در عمل این وضعیت باعث تنوع آن ها و افزایش تعداد عناوینی شد که هر یک از آن ها به سوی بازارهای محدودتر و تخصصی تر جهت گیری شده بودند. همین وضعیت در تلویزیون هم رخ داده است. تلویزیون کابلی و ماهواره باعث افزایش شبکه ها و خدماتی شده اند که در دوران سیطرهٔ شبکه های خاص، تصور آن ها ممکن نبود. این طیف، هم آن هایی که علایق نسبتاً گسترده و ناهمگن (برای نمونه دربارهٔ اخبار) را در نظر دارند شامل می شود و هم آن‌هایی را که بر علایق یا جمعیت شناختی محدودتری تمرکز می کنند. اکنون در این شبکه ها، تولید برنامه های فردی با علایق بسیار خاص و متمایز به شیوه‌ای که پیش تر ممکن نبود، توجیه اقتصادی یافته است.

امروزه تنوع شبکه های کابلی بر توسعه شبکه های متنوع و فراوان تأثیر گذاشته است.(۱)

در ایالات متحده و انگلستان شرکت های تلویزیونی، بازارها و سلیقه‌های فرهنگی کوچک تری را هدف گرفته اند. این شرکت ها هم‌چنان پابرجا هستند و پررونق هم می شوند. در اینترنت و وب جهانی، موقعیت از این هم انعطاف پذیرتر و چندوجهی تر است. بسیاری از پژوهشگران به بررسی و دقت در افزایش خدمات جدیدی پرداخته اند که از طریق شاهراه بزرگ اطلاعاتی امکان می‌یابد. مجموعه ای بزرگ از سایت های اینترنتی ظهور کرده اند که به طور مشخص به مذهب و معنویت توجه دارند. این مجموعه، سایت هایی هستند که آگاهانه به جنبش های مذهبی سنتی هدایت می شوند: مانند بسیاری از آن هایی که به طور مستقیم در حمایت نهادها یا تشکیلات مذهبی قرار می گیرند یا کمک‌های مالی دریافت می کنند هم چنین نمونه های دیگری مانند سایت برجسته و تأثیرگذار بیلیف نت(۲) که می خواهد سراسر مذهبی یا فرانهادی باشد. این وب سایت‌ها آن هایی را در برمی‌گیرند که به جنبش های مذهبی یا معنوی جدید، حاشیه ای یا نوظهور توجه دارند، یا آن هایی که می خواهند به جنبش های نوین مذهبی تبدیل شوند؛ هم‌چنین سایت هایی که برای انتقال اطلاعات به تشکیلات شبه مذهبی

۱- در ایالات متحده شبکه های جدید تر WB ،UPN ،FOX و PAX همگی طی پانزده سال اخیر تشکیل شده اند. این ها در بازارهای محلی علاوه بر شبکه های عادی، خدمات تلویزیون کابلی و ماهواره ای هم ارائه می دهند.

۲- Beliefnet

می کوشند، از هـواداران و وبلاـگ نویسـان گونـاگون گرفته تـا سـایت هـایی که حـتی آگاهـانه ضـد مـذهبی یـا غیرمـذهبی هستند.(۱) این موضوع به ویژه دربـارهٔ احتمـال تحول رسـانه هـا اهمیت دارد؛ زیرا فعـالیت های اینترنتی به طور خاصـی فردی، خودهـدایت شونـده و تولیدشـده (به ویژه دربـارهٔ وب) و اساساً تعاملی هسـتند. علاوه بر این ویژگی، فعالیت های وب از جمله وبلاـگ نویسـی، بازی، دریافت اطلاعات از طریق RSS و پیـام فوری، کنش هـای مصـرف را در چنین محیطی به کنش های تولید به روش های بنیادین تبدیل می سازد، درکی از عملکرد رسانه ها که به نحو فزآینده ای به درک مخاطب شناسـی رسانه ها نیز تبدیل می شود. این پیشرفت ها دو نتیجه خاص و مستقیم در تکامل روابط میان مذهب و رسانه ها داشته اند. نخست این که با توجه به فراوانی منابع، به ویژه شـبکه ها و سـرویس های مـذهبی و آن‌هایی که می تواننـد علایق و کاربردهای مذهبی و معنوی را مطرح کننـد، به نحو فزآینـده ای محقق و در دسترس قرار می‌گیرنـد. همـان طور که در فصـل پیش اشـاره کردم، تِله وَنجلیسم(۲) در

۱- در سال های اخیر حجم قابل توجه ای از پژوهش ها صرف برنامه های مذهبی در اینترنت شده است، برای نمونه نگاه کنید به: Hadden and Cowan (۲۰۰۱), Zaleski (۱۹۹۷), Brasher (۲۰۰۴), Hoover and Park (۲۰۰۵), and (Miller and Slater (۲۰۰۰

۲- :Televangelism تبلیـغ مسـیحیت از طریـق تلویزیون، ترکیب دو واژه television و evangelism. تلونجلیست، کشیشـی است که بخش عمدهٔ وظایف خود مانند موعظه را حین پخش برنامهٔ تلویزیونی اش انجام می دهد. این شیوه، کلیسای الکترونیکی هم نامیـده شـده است و پدیده ای مشـخصاً آمریکایی است. اصـطلاح مذکور را نخستین بار، جفری هدن و چارلز سوان در کتاب واعظان ساعات پربیننده، نیروی فزاینده تلونجلیسم به کار بردند (م.)

این دوره نقش پیشرویی در هدایت شبکه های مذهبی برعهده داشت.(۱) پیش از ورود تلویزیون کابلی، مذهب در تلویزیون به شدت محدود به برنامه های صبح یکشنبه یا ساعات آخر شب بود. سیاست های شبکه ها نیز تا حد زیادی مانع اختصاص ساعاتی برای پخش برنامه های مذهبی می‌شد؛ حتی در مواردی که هیچ ساعتی را به این برنامه ها اختصاص نمی‌دادند. با پیشرفت تلویزیون کابلی و ماهواره ها در دهه ۱۹۷۰ این وضعیت تغییر کرد و مذهب ناگهان در طول هفته به شکل ها و قالب های گوناگون برصفحه تلویزیون مطرح شد.(۲) در شرایطی که این شبکه ها و منابع تکامل می یافتند، کمک بیشتری به گسترش بازار آثار و منابع رسانه ای مذهبی کردند. این واقعیت که بسیاری از این نو آوران، مبلغان مذهبی مسیحی بودند تأثیر خاصی داشت، چنان که تبلیغ مذهبی مسیحی به ویژه در بررسی دلالت های ضمنی رسانه های نوین در امر ارتباطات مورد توجه قرار گرفت.(۳) پیامدهای این وضعیت برای بخش های بازاریابی مذهبی و فرهنگی از جمله صنعت موسیقی مسیحی معاصر بسیار گسترده و از جنبه امکان دسترسی و رشد، مثبت بود.

همراه با پیشرفت شبکه ها و منابع مذهبی، تأثیر ژرف تر و گسترده تر این تحول رسانه ای به گونه ای نمایان شد که رسانه های سکولار شروع به

۱- البته این موضوع طی چند دهه در رادیو دیده شده است، از جمله در برنامه محلی مؤسسه Moody Bible و شبکه رادیویی Trans World که پخش بین المللی داشته اند. شبکه های صرفاً مذهبی از دهه ۱۹۳۰ به بعد شروع به فعالیت کرده اند. (Ellens ۱۹۷۴)

۲- توضیحات اولیه دربارهٔ این پدیده در این منبع آمده است:Hadden and Swann (۱۹۸۱) and Horsfield (۱۹۸۴)).

۳- Hendershot (۲۰۰۴)

اندیشیدن درباره مذهب کردند. در دوران شبکه ها، مذهب امری قابل تصور بود که می شد آن را جزو حقوق انحصاری نهادهای مذهبیِ تثبیت شده به شمار آورد. مذهب، همواره برای رسانه ها مسئله ساز بوده است. این موضوع اهمیت خاصی دارد که بعداً به آن خواهیم پرداخت.(۱) مذهب برای رسانه ها امری بحث انگیز است؛ ولی رسانه‌ها اهمیت و علاقهٔ چندانی به آن ندارند (این موضوع تا حد زیادی ناشی از پذیرش مفهوم سکولاریسم است). مذهب، کانون های متعارف و مورد علاقه ژورنالیسم را نفی می کند، به سختی می توان آن را منبع در نظر گرفت. مذهب از جنبه های اجتماعی و فرهنگی در عرصه های فراوان و چشمگیری از شکل ها، جنبش ها، علاقه‌ها و اجتماعات مختلف بیان می شود. پس می توان پذیرفت که رسانه ها در اواسط قرن بیستم مایل بودند آن را به عرصه های تعریف شده و محدودی بر صفحه تلویزیون، قفسه های مجلات و کتاب ها محدود کنند.

در دوران طلایی تلویزیون، موضوع مذهب به ندرت در آن مطرح می شد و در دوره های بعد، تقریباً هیچ اثری از آن نبود. شبکه های خبری بزرگ در برنامه های شان توجه اندکی به مذهب داشتند و جز گزارش هایی که گاه از واتیکان پخش می شد، مورد دیگری به چشم نمی خورد. در هیچ یک از این شبکه های خبری بزرگ، خبرنگار مذهبی وجود نداشت(۲) و پخش سراسری برنامه ها در ایالات متحده به گونه ای

۱- در ۱۹۹۸) Hoover) بحثی کامل دربارهٔ این پدیده مطرح شده است.

۲- در سال ۱۹۹۳ شرکت ABC با تبلیغات فراوان گزارشگری مذهبی به نام پگی وِمِه یر را استخدام کرد و وی سال ها به کارش ادامه داد، ولی مدت ها است که این شبکه دیگر گزارشگر مذهبی ندارد.

بود که دست اندرکارانش علاقه بسیار کمی به مذهب نشان می‌دادند.(۱) در رسانه های سرگرم کننده نیز، چنین وضعیتی وجود داشت. در برنامه های ساعات پربینندهٔ شبکه ها، به ندرت شخصیت های مذهبی ظاهر می شدند و هیچ یک از مجموعه های مهم تلویزیونی، مضامین اصلی یا فرعی مربوط به این موضوع را نداشتند. هنگامی که هم ساختار و تنوع شبکه ها و سرویس های رسانه ای و هم دنیای مذهب متحول شدند، این وضعیت نیز تغییر یافت. احتمالاً رویداد مهم در این زمینه نمایش سریال هفتگی نظرکردهٔ فرشته بود که سال ۱۹۹۴ از شبکه CBS پخش شد.(۲) در فصل ۱۹۹۵ این مجموعه از نظر تعداد بینندگان جزوه ده برنامه پربیننده قرار گرفت. این اثر، موقعیتش را تا اندکی پیش از پایان تولید در ۲۰۰۳ حفظ کرد. نکته بی سابقه درباره این برنامه، وجه مذهبی آشکار آن بود؛ هر چند سازندگان مجموعه نمی خواستند برنامه، مسیحی تصور شود. هدف این بود که با مخاطبان مسیحی سخن بگویند.(۳) به هر حال این مجموعه نظر مخاطبان کمتر مؤمن و مذهبی را هم به خود جلب کرد. آن ها بیشتر مجذوب حال و هوای عرفانی فرشتگان انسان نما شده بودند تا توصیفاتی که این اثر از خداوند ارائه

۱- صرف نظر از مواردی استثنایی از جمله گروه تولید بیل و جودیت مویرز (Bill and Judith Moyers) تلویزیون ملی در مقایسه با شبکه های خصوصی ایالات متحده محیط نامساعد تری برای مذهب داشته است.

۲- سال پیش از آن همین شبکه برنامه دیگری را پخش کرد که به شکل ناآگاهانه ای مذهبی بود (ولی به هرحال مذهبی شناخته و حمایت شد). این مجموعه کریستی(christy) نام داشت ((Garron ۱۹۹۸.

۳- ۱۹۹۸) Garron)

می دهد.(۱) نظرکردهٔ فرشته تنها مجموعه در این رده نبود. در دهه ۱۹۹۰ شماری از برنامه ها و مجموعه های گوناگون تولیدشده در ایالات متحده به نحو صریح تری مذهب و جنبه معنوی زندگی را بررسی کردند. مجموعه تلویزیونی و محبوب خانوادگی آسمان هفتم که از شبکه WB پخش شد، به خانواده یک کشیش پروتستان پرداخت و از نظرکردهٔ فرشته موفق‌تر بود. در فصل ۱۹۹۷ یک مجموعه موفق ــ از نظر منتقدان ــ ولی نه چندان پر بیننده دربارهٔ یک کشیش ِکاتولیک شهری، با نام دور از مقدسات(۲) پخش شد. این مجموعه، شدیداً مورد توجه کاتولیک هایی قرار گرفت که خود را در معرض لغزش یا تردید می دانستند. با این مجموعه صنعت تلویزیون و مخاطبان، شاهد ورود شمار بسیاری از مضامینی شدند که جامعه شناسان آن ها را مضامین آشکار مذهبی یا حتی مذهب نوین در تلویزیون می نامند. مجموعه بسیار موفق خانواده سیمپسِن عموماً به مذهب در هر دو شکل سنتی و نوظهور آن پرداخت.(۳) همان طور که مجموعه سنت شکن ساوث پارک و دو مجموعه پرونده های مجهول و افشاگری شمالی(۴)ــ که محبوب ترین سریال های دهه ۱۹۹۰ بودند ــ چنین رویکردی داشتند و هر یک

۱- در (۲۰۰۳ Clark) گفتاری کامل دربارهٔ پدیده نظرکردهٔ فرشته (Touched by an Angel) آمده است.

۲- Nothing Sacred Alters (۲۰۰۳), Lynch (۲۰۰۵), pp. ۱۴۹-۵۶

۳- Alters (۲۰۰۳), Lynch (۲۰۰۵), pp. ۱۴۹-۵۶

۴- Northern Exposure سریالی که در سال های ۱۹۹۰ تا ۱۹۹۵ در ژانر کمدی/درام (۱۱۰ قسمت ۶۰ دقیقه ای) پخش شد. شخصیت محوری سریال دکتری است که در شهری دور از مرکز در کشور آلاسکا، در تعامل با مردم به تجربیاتی جدید دست پیدا می کند.(م.)

دستمایه هایی را تصویر کردند که با امور معنوی و استعلایی و نه شاید لزوماً مضامین مذهبی در ارتباط بودند.(۱)

این رونـد بـا مجموعه هـای تلویزیونی برجسـته ای که مضـامین معنوی داشـتند دنبـال شـد؛ ازجمله بافیِ خون آشام کُش و ژانِ آرکادیا.(۲) همین گرایش ها را در فیلم و موسـیقی عامه پسـند هم می توان دید؛ برای نمونه یکی از ما(۳) اثر جون آزبرن(۴) در ۱۹۹۵ به بررسی معنای خداوند در زندگی روزمره می پردازد و ویدیوکلیپی آن را همراهی می کند که مملو از نمادگرایی و تصویرپردازی مـذهبی است. معروف تر از آن، ویـدیوکلیپ ترانه هم چون یـک دعا(۵) (۱۹۸۹) با اجرای مَـدونا است که از حیث تصویرپردازی سـنتی مذهبی بر زمینه موسیقی عامه پسند، مرزهای جدیدی را گشود. در ۱۹۹۲ سینید اوکانر،(۶) خواننده ایرلندی با پاره کردن عکس پاپ در برابر تلویزیون ملی جنجالی بین المللی ایجاد کرد.(۷)

۱- این گرایش ها در برنامه هایی آشـکارتر است که مخاطبان جوان را مدنظر دارند. نگاه کنید به: (۲۰۰۳ Clark). در برخی از محافل، بدبینی هایی نسبت به این گرایش ها ابراز شده است، برای نمونه جان فیسک پژوهشگر برجسته رسانه ها می گوید: ((همه چیز به نوعی معنویت تحریف شـده گراییـد که مشـخصه آن، جنبش عصـر جدید و نوعی مسـیحیت احساساتی بود که هم چنان هم تداوم دارد. (Zerbisias ۱۹۹۷).

۲- Joan of Arcadia سریالی که در سال های ۲۰۰۳ تا ۲۰۰۵ در ژانر درام/فانتزی پخش شد. این سریال در ۴۵ قسمت ۴۵ دقیقه ای به روایت تلاش های دختری ۱۶ سـاله به نام جون جیراردی می پردازد که در پاسـخ به نـدایی درونی (گفت و گو با خدا) تلاش می کند دیگران را شاد نگاه دارد، به برادرش که روی ویلچیر است یاری رساند و... (م.)

۳- One of Us

۴- Joan Osborn

۵- Like a Prayer

۶- Sinead O’ Connor

۷- البته این نوع چالش که سـتارگان موسیقی پاپ با مذهب متداول داشته اند، چیز تازه ای نیست. ادعای معروف دربارهٔ گروه بیتل ها این بود که «حتی از مسـیح هم معروف ترنـد». به هرحال در دهه ۱۹۹۰ شاهد نوعی جسارت و صـراحت جدید عده ای از هنرمندان در عرصه رسانه ها و فرهنگ عامه پسند نسبت به مذهب بوده ایم.

فیلم، همواره رسانه مهمی برای بررسی مضامین و تصاویر مذهبی بوده است. در سال های اخیر شاهد ادامه این گرایش بوده ایم. هم چنین مجموعه ای از فیلم های بلند روز، فیلم های متفاوتی چون دونده سریع(۱) و نهنگ سوار(۲) نیز به منتهی درجه بیان مذهبی یا معنوی در فیلم رسیدند، چنان که مضامین بالا را با نظرات و فرهنگ های متفاوتی تلفیق ساختند.(۳) تحولاتی که این گرایش ها نماد آن ها هستند، را ناشی از چه چیزی می توانیم بدانیم؟ این موضوع روشن است که پخش تلویزیونی و به طور کلی تر صنایع رسانه ای، توانستند مذهب و معنویت را به روش های بی سابقه ای تجسم بخشند. این امر تا حدی مرهون تفکیک فزاینده مخاطبان، شبکه ها، آثار رسانه ای و سرویس ها در پایان قرن بیستم است. در حالی که رسانه ها جنبه انحصاری خود را قدری از دست دادند، به روش های کمتر انحصاری، شروع به بازاندیشی درباره خود کردند. هم چنین، تحول در قواعد پخش نیز در این موضوع دخیل بود، چنان که لایحه و قانون ارتباطات از راه دور در ۱۹۹۶ باعث شد بسیاری از انتظارات دربارهٔ خدمات عمومی که برای پخش در طول قرن مورد استفاده قرار می گرفت، از بین برود.(۴) این فرض که رادیو ـ تلویزیون مسئول ارائه محتوای منطبق بر علایق عمومی هستند، باعث شد

۱- The Fast Runner

۲- Whale Rider

۳- کتاب شناسی آثار پژوهشی و عامه پسند مرتبط با مذهب و فیلم بسیار مفصل است، چنان که نمی توان آن را به طور جامع فهرست بندی کرد. در هر صورت نمونه های قابل توجه از این قرار است: Nolan (۲۰۰۳), Mitchell (۲۰۰۵), Miles (۱۹۹۵ and Martin Ostwald (۱۹۹۷))

۴- در همین دوره در انگلستان و به طور کلی اروپا گرایش های مشابهی دنبال شده است. دربارهٔ انگلستان به ویژه نگاه کنید به (۱۹۹۸ Tracey)

مـدیران رادیو ــ تلویزیونی باری از مسـئولیت بردوش خود ببیننـد و بررسـی کننـد که از جنبه های مـذهبی و دیگر جنبه ها چه چیزی برای عموم منـاسب است. این وضـعیت اکنون تغییر کرده است، گرچه هم چنـان بحثی پرشور دربـاره مسـئولیت رادیو و تلویزیون برای حفظ ارزش های اجتماعی و فرهنگی جامعه در جریان است.(۱)

در هر صورت، در قرن بیست و یکم رادیو، تلویزیون و دیگر رسـانه هـا دیگرماننـد گذشـته دربـارهٔ مضـامین مـذهبی و معنوی موشـکافی نمی‌کنند. هم زمان تنوع و کالایی شدن بازار رسانه ها در را به روی مجموعه ای کامل از برنامه ها و سـرویس های جدیـد گشوده است. این موضوع همراه بـا شـماری از گرایش هـای اجتمـاعی و فرهنگی در دنیـای رسـانه منجر به ظهور بازار رسانه ای جدید، پویاتر و بزرگ تری برای مذهب شده است.

تحولات مذهبی

تحولات مذهبی

مطـالعه ای که در اواخر سـال ۲۰۰۳ منتشـر شـده، نتایـج جـالبی داشت و توجه فراوانی برانگیخت. بر اساس این مطالعه، طی ده سال از ۱۹۹۳

۱- این بحث در دوره هـای مختلف دنبـال شـده است. در زمسـتان سال ۲۰۰۴ خواننـده ای به نـام جنت جکسن (خواهر مایکل جکسن خواننـدهٔ مشـهور آمریکـایی) طی دو نیمه مسـابقه تیم سوپر بول رفتـار بی پروایانه ای نشان داد و FCC به یک سلسله تحقیق، بـازجویی و حتی تهدیـد روی آورد. در همین دوره، این کمیسـیون به برنـامه رادیویی و عـامه پسـند Shock Jockبا اجرای هاوارد استرن حمله کرد و برای چیزی که کفرآمیز و شنیع قلمداد می شد، جریمه هایی در نظر گرفت.

تـا آن زمان، تعـداد آمریکایی هایی که از مـذهب خود اظهار بی اطلاعی می کردنـد، دو برابر شـده و به بیست و نه میلیون نفر رسـیده بود. ولی این مطالعه به جای آن که سـکولار شدن آمریکا را پیش بینی کند ــ وضعیتی که مدت هاست انتظار آن می رود ــ به نظر می آیـد نمایـان گر مرحله دیگری از بازسازی مـذهب در این کشور است. پاسـخ مخاطبان آمریکایی نشان نمی دهد که آن ها اصلاً مذهبی ندارند. همان طور که دان لَتین، نویسنده مذهبی در گزارش خود دربارهٔ این بررسی ها می گوید:

برخی از این پاسخ دهندگان خود را لامذهب معرفی می کنند، ولی بیشتر آن ها به خداوند معتقدند، دعا می کنند و غالباً خود را معنوی ولی نه مـذهبی توصـیف می کنند. برای نمونه سـرپرست یک کلینیک در سن فرانسیسـکو می گوید: «احساس من به خداوند از همهٔ مذهب‌های مختلف فراتر می رود. در واقع، این نوعی انرژی است.»(۱)

چنین مذهب یا معنویتی زمانی که عمومی تر می شود، ایالات متحده را در راسـتای سـنت های کهن تر اروپا قرار می دهد. در نامه ای که خطاب به تحریریه اروپایی هفته نامه تایم نوشـته شـد، به پرسشـی دربارهٔ نقش خداونـد در زنـدگی اروپاییان امروز چنین پاسخ داده شد:

شمـا پرسـیده ایـد خداونـد کجـا حضـور دارد؟ خداونـد صـرفاً در کلیساهـا نیسـت. او همـه جـا حاضـر و شاهـد خـاموش تمـام رخدادهای معمول و نامعمول در جهان است. مسیحیت عمیقاً در اروپا ریشه دارد. صرفاً حضور در کلیساها معیار ارزیابی ایمان آدم ها به مسیحیت

۱- (۲۰۰۳ Lattin)

نیست.(۱) ولی تحول نه صرفاً خارج از ساختارهای مذهبی موجود، بلکه در تصویرپردازی مجدد از آن ها آشکار می شود.

گزارشگری که دربارهٔ تأسیس یک کلیسای جدید با نام چالیس چهار فصل،(۲) مطلب تهیه کرده است، می نویسد:

این کلیسا یکی از هزاران جامعه موسوم به تلفیق و هماهنگی یا خداوندِ مدبر است که در سراسر کشور پراکنده اند. این جوامع از افرادی تشکیل شده که در تمنای زمینه ای معنوی هستند و می خواهند سنت های جدیدی را بسازند که جنبه هایی از بسیاری از نظام های اعتقادی را دربرمی گیرد.

بنیانگذاران کلیسای چالیس چهار فصل، دیوید ترسمر و همسرش کانُن هستند که اکنون رییس جامعه ای کوچک ولی رو به رشد است. آن ها می گویند این شیوه جدید از طریق حرکات موزون، مراقبه (مدیتیشن) و موسیقی بر ارتباط میان کره خاکی و معرفت ستارگان تأکید می ورزد. آن ها می گویند بی هیچ جزم اندیشی، برای اغلب نظام های اعتقادی سنتی از جمله مسیحیت و بودیسم احترام قائلند.(۳) جامعه شناسان مذهبی، اخیراً در حال بررسی این موضوع هستند که ماهیت مذهب معاصر در مرحله تحولات مهمی قرار دارد. از دوران

---

۱ - ۲۰۰۳) Poovakkattu) البته تکامل مذهبی در آمریکا به نحو قابل توجه ای با نمونه اروپایی آن متفاوت است. برای نمونه در سال ۲۰۰۱ در نشریه اسکاتسمن (Scotsman) گزارشی چاپ شد که مطابق با آن تقریبا ۳۷٪ از اسکاتلندی ها تجربیات مابعدالطبیعه داشته اند، ۵۵٪ از آن ها هرگز در مراسم مذهبی شرکت نکردند و ۲۸٪ معتقدند که روحانیت مسیحی به جامعه کمک می کند (Kerevan ۲۰۰۱). در سال ۲۰۰۳ نیویورک تایمز دربارهٔ موردی گزارش داد که در آن کشیشی از کلیسای لوتری دانمارک به دلیل گفتن این موضوع که به خداوند اعتقادی ندارد، از کلیسا اخراج شده بود. اعضای کلیسای او و جامعه محلی برای دفاع از وی راهپیمایی کردند. (Alvarez ۲۰۰۳)

۲- All Seasons Chalice

۳- Evans (۱۹۹۹)

وحدت و انسجام نسبی که ویل هِربرگ[(۱)] در دهه ۱۹۵۰ خصوصیات آن را مطرح کرد، مذهب هم از نظر ساختارها و هم عملکردهای خود، دستخوش دگرگونی شد.[(۲)] این تغییرات در بنیادی ترین سطح، ریشه در ماهیت آگاهی اجتماعی معاصر و تجربه اجتماعی دارند.

آنتونی گیدنز ــ که در فصل پیش دربارهٔ او صحبت کردیم ــ، این نگره را مطرح ساخته که در اواخر دوران مُدرنیته تحولات در ساختار روابط اجتماعی و به ویژه در انواع حمایت های ساختاری که زمانی افراد را در شناخت خود و روابط اجتماعی شان یاری می داد، منجر به توجه متمرکز بر فرد و کمال فردی در حکم محور طرح های اجتماعی شدند. از میان تمام موارد، ما می توانیم این موضوع را در رسانه ها ببینیم. ظهور چیزی که فرهنگ درمان نامیده می شود (و بخش عمده ای از آن متکی بر رسانه ها و فرهنگ کالایی است یا از طریق آن ها قابل دسترسی است) تا حدی برای پاسخ به نیازهای فزاینده افراد نسبت به روش های جدید و خاص تر برای کشف خودشان پدید آمده است.

در حالی که شاید زمانی به شبکه ای از روابط اجتماعی در خانه، مدرسه، اجتماع، کلیسا یا خانواده توجه داشتیم تا منابع لازم برای ساختن خودِ ما را فراهم آورند، امروزه عمدتاً خودمان را مسئول آن می دانیم. مهم تر آن که، چنین کاری را اساسی قلمداد می کنیم. امروزه ما

۱- Will Herberg

۲- مؤثرترین تحقیق دربارهٔ بازسازی مذهبی، تحقیقِ Wuthnow (۱۹۹۰) است. روف نیز در ۱۹۹۲ پژوهش بسیار مهمی در این زمینه انجام داده است. هم چنین کتاب جدیدتر او بازار معنوی (۱۹۹۹) که به آن بیشتر خواهیم پرداخت، بسیار در خور تأمل است.

خودآگاهی بازتاب دهندهٔ بسیار بیشتری از موضوع داریم و آن، بیشتر به خودمان بستگی دارد. منظور این که ما در عملکردهای فردی مان برای معنا بخشیدن به امور، خود را هم محور روند و هم مستقلاً مسئول ایجاد آن می دانیم. فرهنگ درمان تا حدی برای نشان دادن این واقعیت نوین ظهور کرده است.(۱) درمان، تبدیل به شیوه ای مهم از عملکرد اجتماعی شده، کانونی مهم برای تبیین اجتماعی و فرهنگی و (نه تصادفاً) صنعتی چندین میلیون دلاری با منابع رسانه ای گسترده از جمله کتاب ها، مجلات، نوارهای کاست، برنامه های تلویزیونی، کارگاه ها، خلوتگاه ها که عملاً یک صنعت فرهنگی کامل وقف آن شده است. نوع مذهبی که در این زمینه اجتماعی ظهور می کند، جدید و متفاوت است. در حالی که هدف، خود (شخص) است، معنویت، خود به بُعد مهمی از این هدف تبدیل می شود.(۲) امروزه افراد، در مقایسه با یک نسل پیش مسئولیت بیشتری در برابر زندگی معنوی و مذهبی خود احساس می کنند. آن چه فیلیپ هاموند، استقلال شخصی در زمینه ایمان می نامد،(۳) مسئولیت تصمیم گیری درباره ایمان و معنویت را بدون حضور واسطه هایی چون مرجعیت کلیسایی یا روحانی بر عهده خود فرد می گذارد.

۱- Giddens (۱۹۹۱), pp. ۱۷۹ -۸۰

۲- البته این گرایش با نگره اجتماعی سنتی تضاد دارد که معتقد است از بین رفتن تفاوت مذهبی منجر به از بین رفتن علاقه به مذهب می شود. چنان که پژوهشگران مذهبی از جمله روف و وارنر (که به مباحث وی خواهیم پرداخت) خاطرنشان می کنند، چنین ایده سکولاری مبتنی بر این فرض است که مذهب متعلق به نهادها و ساختارهای مذهبی است. البته پیروان این مذهب نوین و فردی، خود را در قبال آن مسئول می دانند.

۳- Hammond (۱۹۹۲)

جنبه های گوناگون این روند که مربوط به خود است و یا ناشی از عملکرد مستقل و آگاهانه افراد است و این که به مرجعیت کلیسایی یا روحانی اعتماد ندارد، حساسیت نوین مذهبی را تقویت می سازد که آن را جویندگی (پویندگی)(۱) نامیده اند. نخستین بار وید کلارک روف یک دهه پیش در کتابش، نسلی از جویندگان این موضوع را به روشی نظام مند بررسی کرد.(۲) روف در کتابش نظر داد که نسل دوره افزایش زاد و ولد(۳) در آمریکا، تحولی در ماهیت مذهبی ایجاد کرد. این نسل در اواخر دوران مدرن به بلوغ رسید، گیدنز مشخصه آن دوره را سازماندهی عظیم تجربه اجتماعی می داند که مرهون تحولات اساسی در نهادها و فرهنگ بود. هم چنین، نسل مذکور متشکل از افرادی بود که برای نخستین بار به آگاهی بازتابنده رسیدند، امری که به گمان گیدنز استقلال و تردید نسبت به توضیحات و مرجعیت هایی را تقویت می سازد که نمونه ای از جست وجوی خودِ آرمانی است. چنان که روف در این باره می نویسد:

همان فرهنگی که مذهب را ساده سازی و منطقی می کند، مفهوم خود را هم تغییر می دهد. در شرایط معاصر، خود، تبدیل به امری سیال، قابل پیشرفت، تطبیق پذیر، تغییریافتنی و بالاتر از همه به چیزی تبدیل می شود که ارضا شدنی است؛ چند فرض بر این است که اشتهای خود سیری ناپذیر است. شباهت های میان خود و

۱- seeking

۲- Roof, A Generation of Seekers (۱۹۹۲)

۳- baby boomer: اصطلاحی که برای توضیح افزایش زاد و ولد در سال های پس از جنگ جهانی دوم در چند کشور انگلیسی زبان از جمله ایالات متحده، کانادا، استرالیا و نیوزیلند به کار می رود. در این سال ها آمار تولد در این کشورها به شکل نامعمولی بالا رفت.(م.)

مـذهب جای ملاحظه دارد. با وجود خودی که سیال تر، تطبیق پذیرتر، سـیری ناپذیرتر است، هویت مذهبی کمتر نسـبت پذیر می شود و بیشتر حکم پدیـده ای اختیاری، ذهنی و دست یافته را پیدا می کند. تنوع و تکثر مذاهب در آمریکا با انحصارزدایی از کـل نمونه هـای حقیقت مـذهبی بـاعث تقویت این اختیارگرایی جدیـد می شود. از سوی دیگر، طیف گسترده ای از گزینه های مذهبی را برای همه قابل انتخاب می کند.(۱)

اهمیت پژوهش روف این است که ریشه در تحقیقات میـدانی پیرامون روش های رو به تکامل این نسل برای نگرش به مذهب دارد. وی در این مسـیر، اصـطلاح جوینـدگی را تشـریح کرد که به نظر می آید موج برخاسـته از مذهب و معنویت در فرهنگ آمریکا را مشـخص می سازد. روف ریشه این موقعیت را در گرایش هایی می دانـد که گیـدنز به آن اشاره کرده، ولی در عین حال آن ها را با ویژگی های خاص جامعه آمریکایی پیوسته می داند:

امروزه جوینـدگی معنـوی ناشـی از گرایش هـایی است که عمیقاً ریشه در مفهـوم مورد نظر امرسِن از فردی دارد(۲) که باید خداوند را در وجود خود بیابد، همچنین تجربه ای ملکوتی که نشان می دهد وی به روش شخصـی آن را شناخته است و عشق و محبت الهی دارد. اکنون مانند گذشـته، چنین گرایش هایی خودِ معتمد به نفس را تشویق کردند، خودی که لزوماً مستقل از جامعه نیست، ولی بر

۱- ۱۹۹۲) Roof)

۲- منظور، رالف والـدو امرسن (۱۸۰۳-۱۸۸۲) (Ralph Waldo Emerson) فیلسوف، شاعر و نویسـنده آمریکایی است. آموزه های وی تأثیر مستقیمی بر رشد جنبش تفکر نوین در اواسط قرن نوزدهم گذارد. (م.)

رابطه فرد با چنین معنویتی و استنباطش از آن تأکید می ورزد. اکنون آمریکایی ها نه تنها معتقدات خود را برمی گزینند، بلکه کم و بیش شرایطی را تعیین می کنند که بر حضور فرد در جوامع مذهبی حاکم است. به ویژه در زمانی که فعالیت معنوی تشدید شده، می توانیم انتظار داشته باشیم که ذهنیت آزادی در این زمینه رشد کند و نیز امکان پدید آمدن شکل های نوینی از جامعه پدید آمده که امکان بیان به افراد درگیر چنین فعالیت هایی را می دهد.(۱)

رابرت وُتناوِ(۲) جامعه شناس قبول دارد که وجه مذهبی در جویندگیِ معنوی در واقع وجهی اساسی از چشم انداز مذهبی معاصر است. ولی در همان حال خاطرنشان می کند که این ویژگی همراه با معنویت سنتی تر سکنی گزینی است که آن هم اهمیت پایداری دارد.(۳) وتناو و روف استدلال می کنند که جویندگی (که گاهی جست وجوگری هم نامیده می شود) در زمینه های خاص خود وجود دارد، چنان که برای برخی از مردم تعیین کننده مذهب یا کنش معنوی است و در برخی زمینه های دیگر، حساسیتی است که مذهب یا معنویت را برای مردم در بدنه های قراردادی مذهبی، کلیساها یا سنت ها تعیین می سازد. روف موضوع را بدین صورت بررسی می کند:

امروزه سه جنبه از این موقعیت اهمیت بیشتری دارند: یکی تعداد فراوان افرادی است که مشغولیت‌های مذهبی یافته اند....بنابر آمار، امروز بخش عمده ای از جمعیت آمریکا به تعمیق معنویت خود علاقه مند هستند. بسیاری از کسانی که به نظر می آید زمینه مذهب

۱- Roof (۱۹۹۲), p. ۱۹۵

۲- Robert Wuthnow

۳- Roof (۱۹۹۲), p. ۲۵۶

سنتی را از دست داده اند، سعی دارند به تکیه گاه های تازه ای دست یابند و بسیاری از کسانی که زمینه مذهبی دارند، می کوشند تا زندگی خود را پربار تر سازند. دوم، آن چه بر تمام این شور و هیجان حاکم است، تأکید بر درک شخصی و خودبازتابندگی است که محصول مُدرنیته اخیر با پلورالیسم (تکثرگرایی)، نسبیت گرایی و تردیدهای هستی شناختی آن است. از این رو استفاده من از اصطلاحات جست وجو، جویندگی و کاوش، ناشی از این زمینه خاص تاریخی و فرهنگی است. مورد سوم و متناقض این است که آموزش های معنوی، بسیاری از آمریکایی ها را فراسوی فرهنگ خودمحور و درمان گرایی می برد که در آن رشد کردند. خودکامروایی(۱) در حکم یکی از مضامین فرهنگی دهه های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰، جست وجویی نیرومند را پی ریخت، ولی اکنون برای نسلی که مسن تر و پخته ترند، آن جست وجو فراسوی راه حل هایی رفته که در مصرف، مادی گرایی و فرورفتن در خویشتن یافت می شد. شاید معنویت عامه پسند، سطحی و در واقع لایه لایه به نظر آید، با وجود این، امواج خلاق آن در موقعیتی مناسب، می تواند ژرف ترین نیروها و تعهدات ما را فعال کند. شور معنوی امروزی حتی در خودمحورانه ترین شکل هایش بازتاب عطشی ژرف بر دگرگونی خود است، عطشی که هم اصیل و هم از جنبه شخصی ارضا کننده است.(۲)

ولی نکته مهمی که مربوط به بحث فعلی ما می شود، این است که مطابق با تحقیق روف، نسلی که به نحوی نمونه وار معنویت را جسته

۱- self-fulfillment

۲- Roof (۱۹۹۲), p. ۲۵۶

است _ نسل پس از جنگ جهانی دوم آمریکا _ به شیوه‌های مختلف بر اساس رابطه اش با رسانه ها تعریف می شود. وی اشاره می کند که این نخستین نسل تلویزیون است و با بازاریابی انبوه و جمعیت شناسی حاکم بر تبلیغات مدرن بزرگ شده است. پس حساسیت های معنوی این نسل به شکل های قابل توجهی هم در رسانه های جمعی ریشه دارد و هم از طریق آن ها بازنمایی می شود.

همهٔ این گرایش ها _ توجه متمرکزتر بر معنویت، تجربه با پلورالیسم، ترکیب انتخاب شده سنت ها و سبک های جدید تعهد _ عمیقاً در فرهنگ عامه پسند امروز ریشه دارند.(۱)

روف در کتاب اخیرش بازار معنوی(۲) با دقت بیشتری به بررسی ارتباط رسانه ها با مذهب طلبی می پردازد و می نویسد:

نکته مهم، شکل دادن به خودِ بیان گر، از طریق نمادها و گفتمان ها است که به وسیله رسانه ها صورت می پذیرد. پیش از این، زندگی انسان هرگز در معرض تصاویر و نمادهای واسطه نبود. هم‌چنین پیش تر مردم تا این اندازه آگاهی نداشتند که دنیای ما دنیای تصویر و نماد است. نقش صنایع فرهنگی و تکنولوژی های ارتباطات هم‌چنان گسترش می یابد و این به بهای کمرنگ شدن نهادهای سنتی جامعه پذیر از جمله خانواده، مدرسه و کلیسا است.(۳)

روف از این برداشت که رسانه ها باید در پیوند با مذهب یا معنویت معاصر مورد توجه قرار گیرند، فراتر می رود و به بُعدی اساسی از آگاهی

۱- Roof (۱۹۹۹), p. ۲۴۷

۲- spiritual marketplace

۳- Roof (۱۹۹۹), pp. ۶۷- ۴

مدرن اخیر اشاره می کند که گیدنز آن را شناخته است، نقشی که تجربه واسطه در ایجاد نوعی خود بازتابندگی مدرن برعهده دارد. به گفته گیدنز، ما تا اندازه ای به این علت می دانیم کیستیم که جایگاه خود را در شبکه پیچیده روابط اجتماعی درک می کنیم؛ روابطی که تعیین کننده زندگی مدرن هستند.(۱) این خودشناسی بازتابنده، تا حدی چالش های خاص مدرنیتهٔ اخیر را مشخص می سازد که ما در آن، بیشتر از اجداد خود از روش عملکرد دنیای اجتماعی آگاهیم. چنان که در فصل پیش اشاره کردم شاید این موضوع چندان هم مطلوب نباشد؛ زیرا منتقدانی از جمله کِنت گِرگِن(۲) این نوع آگاهی اجتماعی را بیشتر تضعیف کننده می دانند تا قدرت بخش. احتمالاً گیدنز این وضعیت را یکی از واقعیت های زندگی معاصر قلمداد می کرد و نظر می داد که ما به منزله بازیگران اجتماعی باید در چنین وضعیتی زندگی کنیم، در عین این که شاهد آن هم می شویم.

دیدگاه روف درباره این موضوع، با دیدگاه تعامل گرایی که در فصل پیش دربارهٔ آن بحث کردیم، تلاقی می کند. تعامل گرایی به عملکردهایی اجتماعی نظر دارد که از طریق آن ها دنیای خود (از جنبه مذهبی یا معنوی یا اجتماعی) را می شناسیم و می گوید همواره برعهده ماست که در حکم بازیگران اجتماعی معنای شرایطی را دریابیم که در آن زندگی می کنیم. در واقع، روف با معرفی این طرح که به «مذهبی که

۱- Giddens (۱۹۹۱), pp. ۳۲- ۴

۲- Kenneth Geregen

در آن زندگی می کنیم» می نگرد و برای آن مطرح شده است، به طور نظری در این امر مشارکت می جوید:

مـذهب زنـده، منظور مـذهب به صورتی است که در زنـدگی روزمره تجربه می شود و الگویی برای ایجاد وحـدت بین حالت های رسـمی، عامه پسـند و درمانی در هویت مذهبی ارائه می دهد. شاید مذهب زنده را بتوانیم مشتمل بر سه وجه مهم بدانیم: الفبـا یـا مجموعه ای از نمادهـایی که به طور خیـالی توضـیح می دهنـد که دنیا و زنـدگی برای چه وجود دارنـد؛ عملکردها یا وسـایلی که از طریق آن هـا افراد با چهارچوبی نمادین از مراجع مرتبط می شونـد و جایگاه خود و عاملیت انسانی را در آن ها می یابند یا توانایی آدم ها برای حضور فعال در عوالم مذهبی که منجر به پدید آمدن چنین عوالمی می شود.(۱)

این مفهوم، الگویی نسـبتاً صـریح برای بررسـی روابـط میان مـذهب و رسانه فراهم می آورد. چنان که این بررسـی را اساساً در تجربه مـذهب زنده یا زندگی معنوی قرار می دهد، به صورتی که با عوالم اجتماعی و فرهنگی خود برخورد می کنند و رسانه در این موقعیت، نقشی مهم تر از همیشه برعهده می گیرد. وقتی امور را با این شیوه زنده می نگریم، به دیدگاهی می رسیم که همزمان گرایش های نوظهور در مـذهب و رسانه ها را بازتاب و به ما امکان می دهد برخی از روش های مسـئله ساز را بیابیم، که به بررسی تعامل رسانه ها و مذهب در گذشته پرداخته اند. به طور کلی این موقعیت مسئله را به سه بخش مرتبط تقسیم می کند. نخست این که، چه نمادها یا الفبایی در محیط رسانه ها در دسترس است، همان

۱- Roof (۱۹۹۹), p. ۴۱

چیزی کـه می تـوانیم فهرسـت نمـادین(۱) بنـامیم و افراد بـه وسـیله آن شـناخت مـذهبی یـا معنـوی می یابنـد. دومیـن مـورد، عملکردهـای مصـرف، تعامـل و تبیین رسانه ها است که از طریق آن، معانی مورد بحث قابل دسترسـی و درک می شونـد و به کار می روند. سومین مورد، طرح این مسئله در چهارچوب تجربیات افرادی است که به مصـرف رسانه ها و اسـتنباط از آن ها می پردازند.

فصل های چهارم تا هشتم این کتاب به بررسی بازار نمادین رسانه ها، به صورتی می پردازند که در زندگی های روزمره افراد و خانواده ها تجربه می شود. ما این فکر را جـدی می‌گیریم که امروزه رسانه ها نقشـی مهم در فراهم آوردن منابع نمادینی ایفا می کننـد که از طریق آن، دنیاهـای اجتمـاعی خود را می شناسـیم. هم‌چنین، مـذهب و معنویت برای بسـیاری از مـا بخش های مهمی از این روند شـناخت به شمار می‌آیند. سپس بررسی ما با این فرض آغاز می شود که می توانیم و باید به سراغ انسان ها در جـایی که هسـتند برویم و از دیـدگاه آن هـا به محیط نمادینی بنگریم که در آن زنـدگی می کننـد و سـعی کنیم تا بفهمیم چگونه این منابع نمادین را با پرسش هایی از جمله که هستند؟ به چه چیز اعتقاد دارند؟ و چه باید بکنند؟ ارتباط دهیم.

رسانه ها و فهرست نمادین

رسانه ها و فهرست نمادین

۱- symbolic inventory

به هر حال، پیش از آغاز بررسی ها باید نگاهی به ماهیت فهرست نمادینی که چشم انداز رسانه ای ارائه می دهد و هم‌چنین پیوستن آن به مضامین اجتماعی و ارزش های عظیم بیندازیم. در این جا نکته، تنها فهرست بندی عناصر مذهبی و خودآگاهی نیست که شاید در دسترس باشند، بلکه شناخت روش هایی است که امروزه شاید الگوهای درک، مصرف و معنی سازی بتوانند از طریق آن ها دست مایه ها و نتایج موجود در قلمروی رسانه ها را بیابند. برای انجام چنین کاری لازم است از آن چه دربارهٔ ماهیت متغیر چشم انداز رسانه ای و مذهب مرور کرده ایم، آگاه باشیم. از این رو ما افراد خودآگاه و بازتابنده ای را در نظر می گیریم که با محیط پیچیده و متنوع رسانه ای برخورد می کنند و در آن دستمایه ای را می یابند که در ارتباط با درک فعلی شان از خود در قالب مذهبی یا معنوی آن است (یا دست کم به جست وجوی آن برمی آیند).

شماری از منابع و عرصه های رسانه ای، خود را مکان هایی محتمل برای چنین عملکردهایی در زندگی روزمره معرفی می کنند. نوع افکار اکتسابی که در فصل اول دربارهٔ آن ها سخن گفتیم، ما را وامی دارد که به مکان هایی در چشم انداز رسانه ای بنگریم که آن ها را به مفهوم شکلی، مکان هایی مناسب تصور می کنیم. منظور مکان هایی است که شاید انتظار برود مذهب در آن ها، به منزله نوعی رده بندی وجود داشته باشد. اما چنان که پیش تر بحث کردیم، این انتظار به جاست که شاید برخی از منابع غیرمنتظره نیز نقش مهمی در جویندگی یا جست وجو (اصطلاحاتی که پیش تر توضیح دادیم) مذهبی یا معنوی داشته باشند. چشم انداز رسانه ای را می توان به روش هایی تقسیم بندی کرد؛ ولی از

نظر بحث فعلی ما و به دلایلی که در فصل‌های آینده مشخص خواهد شد، به جاست تا به این ها در چهار رده بندی نسبتاً عمومی: اخبار، پخش برنامه های مذهبی، انتشارات مذهبی و سرگرمی توجه کنیم. البته این مورد، به رده بندی های سنتی رسانه ها از حیث رابطه با مذهب اولویت می بخشد، ولی هم زمان به ما امکان می دهد آن ها را به شیوه تازه ای بنگریم و بعداً از طریق صحبت با افراد، ببینیم که چگونه و چرا در چنین زمینه ای، مذهب یا محتوای معنوی بر زمینه زندگی های روزمره شان حضور دارد.

اخبار

اخبار

ژورنالیسم، همواره با مذهب مسئله داشته است.(۱) مطبوعات آمریکایی در بخش عمده تاریخ خود، بر مذهب به دو شیوه متناقض توجه کرده‌اند. هنگامی که به مذهب عمومی پرداخته اند، به تمکین و احترام بر آن گرایش داشته‌اند. این موضوع به ویژه دربارهٔ پوشش خبری نهادهای تثبیت شده، از جمله سلسله مراتب کلیسای کاتولیک رم، فرقه پروتستان و سازمان های منطقه ای یا محلی که سنت های ایمانی دیگری دارند، صدق می کند. وقتی به مذهب محلی یا مذهب به صورتی که تجربه یا عمل می شود می پردازند (نوعی مذهب که فهمیده ایم امروزه مهم ترین و نمونه ای ترین شکل است)، گرایش به داستان هایی رواج یافته که یا مورد بی توجهی قرار گرفته اند یا به نحو کمرنگی گزارش شده اند.

۱- Silk (۱۹۹۵) and Hoover (۱۹۹۸)

درک برخی از دلایل این موقعیت سنتی دشوار نیست. نخست، تعیینِ منبع برای مذهب افراد، (مذهب به صورتی که تجربه می شود) دشوار یا ناممکن است. کانون های سنتیِ خبر مایلند آن را به صورت روندی منطقی با منابع، انگیزه ها، علایق و نتایجی در نظر بگیرند که می توان آن ها را مطرح، تحلیل و ارزیابی کرد. تصور نمی شود مذهب در شکل عمومی آن تابع این نوع ملاحظات باشد.

دوم، فراسوی این ویژگی های فرض شده، ادعا می شود که مذهب همواره از چیزهایی سخن می گوید که فراتر از عرصه منطقی این جا و اکنون قرار دارد، همان عرصه ای که اغلب روزنامه نگاران در آن کار می کنند.

سوم، عاملی است که اصحاب رسانه، روزنامه نگاران، دبیران سرویس های مختلف و ناشران بیش از همه به آن پرداخته اند، تا مذهب را به صورت امری به ذات پیچیده ببینند. مذهب، مشتمل بر حالات گوناگون ایمانی، داعیه های مرتبط با حقیقت و سنت ها است. پس حوزه ای از پژوهشِ ذاتاً پیچیده تر از دنیای سیاست در ایالات متحده یا حتی انگلستان است، جایی که شمار نسبتاً اندکی از احزاب یا دیدگاه ها برای توضیح آن کفایت می کند.

چهارم و عاملی که حرفه ای های رسانه ها درباره اش سخن گفته اند، این احساس است که مذهب ذاتاً جنجال برانگیز است. در همان حال آن گروه های مختلف، نماینده قشر گسترده ای از پشتیبانان هستند که هر یک از آن ها ممکن است در اثر نوعی پوشش خبری که مورد پسندشان

نیست، آزرده شوند. اغلب اصحاب رسانه می توانند نمونه هایی در این مورد بیاورند.(۱)

منظور این است که حتی این اواخر مذهب در حکم چیزی است که به دردسرش نمی ارزد. بدین ترتیب، با توجه به چالش ها و مسائل بالقوه چرا چیزی را پوشش دهیم که (مطابق با تفکر سکولاریستی) اهمیتش محو می شود؟ این موضوع به ویژه بر زمینه ایالات متحده در اثر نخستین اصلاحیه ای که بر قانون اساسی صورت گرفت، پیچیده تر شده است، اصلاحیه ای که میان مذهب، دولت و مطبوعات فاصله ایجاد می کند. این امر دو نوع تأثیر در پی داشته است؛ نخست، جدایی مذهب از دولت به منزله جدایی مذهب از سیاست هم فرض شده و بدین معنی است که مطبوعات هم می توانند اخبار و گزارش های مرتبط با دولت و سیاست را بدون توجه بی دلیل به مذهب پوشش دهند. دوم، بسیاری از دست اندکاران مطبوعات و رسانه ها این جدایی را در حکم جدایی مذهب از مطبوعات نیز خوانش کرده اند. البته تمام این فرضیات به نحو چشم گیری متحول شده اند، مواردی که در فصل نهم دوباره به آن خواهم پرداخت و توضیحات مفصل تری دربارهٔ آن ارائه خواهم داد. با وجود برخی از نمونه های مهم تاریخی از ورود مذهب به عرصه پوشش مطبوعات،(۲) اصحاب رسانه در اواسط قرن بیستم به جز نوعی توجه

۱- نمونه های دقیق برداشت های تصمیم گیرندگان رسانه ای از مذهب را می توان در این منابع یافت: Silk (۱۹۹۵) and Hoover (۱۹۹۸); John Dart and Jimmy Allen, Bridging the Gap, Nashville: The Freedom Forum First Amendment Center ۱۹۹۳.

۲- سیلک و هوور به بررسی مقدمه مذهبی جیمز گوردون بنت در صفحات نیویورک تایمز می پردازند و آن را راهبردی مؤثر می دانند. این روزنامه در دهه ۱۹۶۰ هم چنان به چاپ سخنرانی های واعظان نیویورکی ادامه داد. مجله تایمز از حیث توجه به مذهب متمایز بوده است. این گرایش از سوی دیگر مجلات خبری هم دنبال شد، برای نمونه مجله تایم طی دهه های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ روی جلد خود به چاپ عکس رهبران مذهبی از جمله علمای مهم پروتستان، رینهولد نیبهر و پل تیلیچ ادامه داد. در واقع طی دهه ۱۹۸۰ مجلات مهم خبری و روزنامه های مترو پالیتن هم چنین خبرگزاری های آسوشیتد پرس و یونایتد پرس اینترنشنال ولو به شکلی محدود خبرنگاران یا نویسندگان مذهبی خاص خود را داشتند (Silk ۱۹۹۵).

آیینی به فعالیت های تشکیلات و نهادهای مهم مـذهبی، چندان به مذهب نپرداختند. در همان حال، تحول در ماهیت و گستره مـذهب در هر دو شکل محلی و بین المللی، رونـد تفکیک مـذهب در حاشیه های پوشـش مطبوعاتی را به چالش طلبید. تنها مورد استثناء، انقلاب اسلامی ایران در سال ۱۹۷۹ بود که نشان داد مذهب هنوز می تواند در پوشش رویدادهای جهانی، نقش محوری داشـته باشـد و باید آن را بر زمینه گسترده تری نسـبت به پیش ملاحظه کرد. وقایع سال ۱۹۷۹ بـاعث آغاز دوره ای از خود انتقـادگری در رسانه ها شـد که این رونـد تا پس از حملات ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ دیگر دیـده نشـد. در هر دو مورد پیام این بود: در حالی که رویدادها و داسـتان های خبری مهمی با سرفصل مذهب در حال وقوع بودند، ژورنالیسم و رسانه ها به خواب رفته بودند.(۱)

بین سـال های ۱۹۷۹ تا ۲۰۰۱ پیشـرفت هـایی که در زمینه هـای داخلی جـامعه صـورت گرفت، بر توجه به اولویت مـذهب در مطبوعات تأثیرگذارد. برخی این وضـعیت را با نام جنگ های فرهنگی مبتنی بر مذهب یا ارزش های مذهبی بررسی کرده اند. رویداد مهم در این زمینه،

۱- البته این نوع رویدادها پیشگامانی داشته است برای نمونه جف گرینفیلد از CCN اشاره کرده است که حقوق مدنی ایالات متحده عمیقاً ریشه در مذهب دارد. نخستین مراحل این جنبش عمدتاً تحت کنترل روزنامه های بزرگ شکل گرفته است. نکته کنـایه آمیز آن که در بین شـبکه هـای خـبری تلویزیونی، CNN کمترین تمایـل را به ارایه گزارش هـای مـذهبی داشـته است. گرچه گروهی از دست اندکاران شبکه شخصاً از این موضوع انتقاد کرده اند (CNN ۱۹۹۳).

ظهور نوع جدیـدی از محـافظه کاری مـذهبی با جهت گیری سیاسـی بود که اولین بار به نحو چشم گیری در انتخابات عمومی ایالات متحده در سال ۲۰۰۴ نمایـان شـد. البته این حالت، ریشه در گرایش هایِ سال ۱۹۶۰ داشت. این محافظه کاری مـذهبی متکی بر اصول دیرپای بنیادگرایی و گرایش های مرتبط با Pentecostalism در آمریکا بود؛ ولی با چهره و نام جدیدی. سپس اونجلیسـم بـه عرصه آمـد که می خـواست حضـور چشم گیرتری در گفتمـان اجتمـاعی داشـته باشـد. تحلیـل جـامع این موضوع، فراتر از گستره طرح فعلی ماست.(۱)

به هر حال، دو وجه بسـیار مهم این پیشـرفت را پدیده معاصـر تله وَنجلیسم و اسـتنباط کلی تر رهبران این جنبش جدید برعهده گرفتنـد. آن هـا می دانسـتند برای رسـیدن به نـتیجه مطلوب، بایـد نقش پررنـگ تری در قلمروی اجتمـاعی و به ویژه رسـانه ها برعهده گیرند.(۲) شایـد این جنبش در نتیجه برخی از ویژگی هـای آیین مـذهبی پروتسـتانی و رابطه اش با فرهنگ(۳) در ۲۵ سال اخیر، به کانون گفتمان اجتماعی در آمریکا منتقل شده است، از این رو از سـکوت سیاسـی که مشخصه بنیادگرایی پیشین در قرن بیستم بود، می پرهیزد و در رسانه ها حضور پررنگ تری دارد.

۱- نگاه کنید به: Quebedeaux (۱۹۷۴), Wuthnow (۱۹۹۰), Roof (۱۹۹۹), Marsden (۱۹۸۳)

۲- Marsden (۱۹۸۳)

۳- اسـتدلال شده است که به دلایلی، اونجلیکالیسم به نحو خاصـی با رسانه ها و فرهنگ عامه پسند تناسب دارد و نمی خواهد رسـانه هـا را صـرفاً در حکـم عرصـه هـایی برای انجـام کارهـای خیر مـذهبی در نظر بگیرد. برای نمـونه نگـاه کنیـد بـه: Hendershot (۲۰۰۴), Clark (۲۰۰۳), McCloud (۲۰۰۴), and Schultze (۱۹۸۷).

مـذهب در آمریکـا و به طور کلی مـذهب غربی از موضع چپ، شاهـد ایجـاد سـازه هـای مـذهبی نوین و جنبش هایی شـد که عمدتاً نمونه هایی از حساسیت های فردی و مستقلی بودند که پیش‌تر هنگام بحث دربارهٔ نظرات روف و وُتناو به آن ها اشاره کردیم. شـدت ناگهانی علاقه به امور مذهبی و معنوی، در گرایش های گوناگون سـرگرمی تلویزیونی که پیش تر مورد بحث قرار دادیم، نمود یافت. افزون بر آن شـماری از بحث و جـدل های موضع چپ، باعث ایجاد تلاطم در تشـکیلات مـذهبی شد. زنـان در مؤسـسات کاتولیـک گرا و پروتسـتان گرا به نحو فعـال تری اقـدام کردنـد. از سوی دیگر، شور و حـال قومی نیز تاثیر برجسته تری یافت.

در قرن بیسـتم، بحثی فزآینـده دربارهٔ عضویت و رهبری مـذهبی افراد هم جنس گرا، دوجنس گرا و دگرجنس گرا و هم چنین موضوع ازدواج هـای هم جنس گرایـان درگرفت. این بحث هـا بـاعث تقسـیم و تفکیک نهادهای معظم پروتسـتان و تبـدیل به موضوع سیاسی مهمی شد. در پاییز سال ۲۰۰۴ این موضوع برای عموم مطرح شد، هنگامی که فرقه پروتسـتان و لیبرال کلیسای واحـد مسـیح، در ایالات متحده یک آگهی تلویزیونی را نمایش داد که در آن بر آزادی و امکان تشـریک مساعی اقلیت های جنسـی و رنگین پوسـتان تأکید شد؛ این آگهی ها بسیار جنجال برانگیز شمرده شدند، چنان که دو شبکه مهم ایالات متحده از پخش آن ها سـر باز زدنـد. متعاقباً خشـمی که این موضوع برانگیخت، باعث شد مسائل مربوط به آزادی و سـعه صدر مذهبی، در محور مباحث مربوط به مذهب

در آمریکا قرار گیرد.(۱) همـۀ این ها به موضوعات خبری تبدیل شد و این واقعیت که فرهنگ عامه پسند نیز از افزایش علاقه به مـذهب و امور معنوی استفاده کرد، بـدین معنی است که رسانه های خبری توجه فزاینـده ای به مـذهب مبـذول داشـتند.(۲) روش های متنوعی که موضوعات مذهبی را در اخبار طرح می کنند موارد فراوانی را شامل می شود.

انتخابات عمومی آمریکا به طور کلی همواره سبب طرح داستان های خبری فراوانی در ارتباط با مذهب و سیاست می شود. در انتخابـات ریـاست جمهوری سال های ۲۰۰۰ و ۲۰۰۴ و در جریـان این رقـابت هـا، گرایش هـای مـذهبی نامزدها، به نحو قابل توجهی در رسـانه هـای خبری پوشـش داده شـد. به ویژه در سال ۲۰۰۴ مسائـل مربوط به مـذهب و رابطه اش با سـیاست مورد توجه قرار گرفت و تفسیرهای فراوانی دربارۀ شکاف مـذهبی ارائه شـد. بـدین صورت که گویا بخش های مـذهبی، انتخاباتِ نامزدهای محافظه کار را ترجیح می دادند، در فصل نهم دوباره به این موضوع خواهیم پرداخت.

۱- (۲۰۰۵ Wilson) آگهی مذکور به طور خاصـی تأثیرگذار بود؛ زیرا این قانون ناگفته را شکست که پیام مذهبی هیچ گاه نبایـد آزاردهنـده باشـد، چنان که گرایش اصـلی آن به سوی رویکرد آزادانه بود. برخی از گروه های مـذهبی، طرفـدار نرفتن مردم به کلیسا بودند. مقامات کلیسا گزارش می دهند که استقبال زیادی از این آگهی شد و بسیاری از مخاطبان پاسخ مثبتی به پیام رویکرد آزاد آن دادند.

۲- در حـالی که این تشـریح، ارتبـاط نزدیکی بـا موقعیت ایالات متحـده دارد، در انگلسـتان گرایش های مشابهی وجود دارد. برای نمونه اَلن بوکبایـندر، رییس جدید بخش مذهبی شـبکه BBC اشـاره کرده که پس از حملات ۱۱ سپتامبر و چند رویداد بعدی در انگلسـتان، توجه بیشتری به ارائه برنامه های مذهبی در اخبار و دیگر بخش ها پدید آمده است: (۲۰۰۲ Snoddy) . نکته جالب داسـتان در ارتباط با این بحث این بود که بوکبایـندر بنا بر اعتراف خود اعتقادی به خداوند ندارد. انتخاب او باعث اعتراض هـایی شـد، ولی اسـتدلال وی این است که پوشـش مـذهب در رسـانه ها بنا بر تعریف بایـد منطقی و برای طرح افکار گوناگون باشد و نه تبلیغ مذهبی. این موضوع به خوبی دشواری های پیش روی مذهب در رسانه ها را نشان می دهد.

از زمان حملات ۱۱ سپتامبر تاکنون، اخبار بین المللی در ایالات متحده و انگلستان به نحو فزاینده ای بر گرایش ها و پیشرفت هایی تأکید دارند که پیش از این آن ها را با عنوان مذاهب دنیا در نظر می گرفتیم، به ویژه اسلام و آن چه کشمکش قومی ــ مذهبی نام دارد. از جنبه اخبار داخلی، مدام داستان هایی درباره افزایش گونه‌های مذهب مطرح می شد، که برخاسته از مهاجرت بود. در نتیجه، ارزش های اجتماعی و موضوعاتِ دیگرِ مربوط به جنگ های فرهنگی بیشتر مطرح می شوند. شور و علاقه ای که در موضع چپ وجود دارد، به پوشش و ملاحظه جنبش های نوین مذهبی، رویکردهای به اصطلاح عصر جدید، کیش ها و البته مذهب و معنویت در فرهنگ عامه می‌انجامد.(۱)

فراسوی خروجی های رسمی خبر، طیف گسترده ای از منابع اطلاعاتی و اخبار مذهبی هم وجود دارد، به ویژه آن اخباری که از طریق اینترنت و وب جهانی قابل دسترس هستند. بسیاری از این منابع سایت هایی هستند که فعالیتشان را وقف مذهب یا معنویت کرده اند ولی بسیاری دیگر هم در کنار دیگر موضوعات به مذهب هم می پردازند.(۲)

پخش برنامه های مذهبی و تله ونجلیسم

پخش برنامه های مذهبی و تله ونجلیسم

۱- طی مطالعه ای که مرکز پژوهش رسانه های ایالات متحده در آوریل ۲۰۰۴ انجام داد، مشخص شد که توجه شبکه های بزرگ ایالات متحده به مذهب بیشتر و طی ده سال از ۱۹۹۴ تا آن زمان دو برابر شده بود. (Bauder ۲۰۰۴)

۲- (Hadden and Cowan ۲۰۰۱)

در سال های اخیر تله ونجلیسم از آگاهی عمومی دور شد. پخش برنامه های مذهبی از هنگام ظهور در اواسط دهه ۱۹۷۰ تا طی اغلب سال های دهه ۱۹۸۰، حضور چشم گیری در عرصه برنامه های رادیو ـ تلویزیونی و گفتمان اجتماعی یافت. البته وجهه این برنامه ها در اثر یک سلسله رسوایی هایی پر سر و صدا در اواخر دهه ۱۹۸۰ به حد قابل توجهی پایین آمد. این وضعیت باعث شد تا تعدادی از واعظان تلویزیونی مهم، شبکه ها را ترک کنند و از نظر اقبال همگانی زوالی عمومی در این عرصه پدید آمد، گرچه شاید تعداد مخاطبانِ این دوره چندان تغییری نکرده باشد.

امروزه تله ونجلیسم در چشم انداز رسانه ای عمدتاً جزو برنامه هایی است که موفقیت دیررسی داشته است، ولی اکنون مکانی آسوده و حتی مهم در حواشی برنامه های تلویزیونی یافته است. این وضعیت، همراه با بازار پویای مذهبی در رادیو و ظهور صنعت موسیقی مسیحی به عرصه‌های جدیدی دست یافته است. تلویزیون مذهبی هم چنان به گسترش خود ادامه می دهد که تا سال ۲۰۰۰، حدود ۲۴۵ شبکه خصوصی تجاری و ۱۵ ایستگاه تلویزیونی مذهبی غیرتجاری در حال پخش برنامه بوده اند.(۱) این گسترش در رادیو هم چشمگیر است. شایع ترین آمار اخیر شامل بیش از ۸۰۰ ایستگاه each reporting است که فرمت بخشی از برنامه های روزانهٔ برنامه های مسیحی یا مذهبی است و ۶۵۰ ایستگاه دیگر خود را Gospel (به معنای انجیل یا بشارت نیکو) می نامند و حتی

۱- (۲۰۰۰ Kornblut)

۳۴ شبکه خود را عصر جدید (New age) نامیده اند.(۱) افزون بر آن چندین شبکه تلویزیونی خود را وقف مذهب کرده اند، از جمله شبکه تلویزیونی و غیررسمی کلام ابدی کاتولیک(۲) که با ۲۲۷۵ سیستم کابلی در ایالات متحده، ۶۴ میلیون مشترک دارد؛ شبکه تلویزیون ملی یهود(۳) (باز هم غیررسمی) سیزده میلیون مشترک با ۶۰۰ سیستم کابلی دارد و شبکه پخش ترینیتی (تثلیث)،(۴) آخرین بازمانده از شبکه های اصلی تله ونجلیست، ۴۶ میلیون بیننده با ۵۲۳۰ سیستم کابلی و نیز دوازده و نیم میلیون مشترک پخش مستقیم برنامه های ماهواره ای دارد؛ البته تعداد مخاطبان واقعی این سرویس ها عملاً بسیار کمتر است و احتمالاً بخش اندکی از تعداد مشترکان این شبکه ها را تشکیل می دهد.(۵)

شبکه اُدیسه(۶) که سرویس بسیار کم جنجال تری است، به وسیله علاقه مندان مذهبی امروزی تری تأسیس شد، تا جایگزینی برای شبکه های تله ونجلیست باشد. این شبکه با به دست آوردن ۲۸ میلیون مشترک به اوج آمار تعداد مخاطبانش رسید ولی از آن زمان تاکنون در

۱- (Broadcasting and Cable Yearbook, ۲۰۰۲-۲۰۰۳)

۲- Catholic Eternal Word

۳- National Jewish Television Network

۴- Trinity

۵- (Broadcasting and Cable Yearbook, ۲۰۰۲-۲۰۰۳) این گزارش دربارهٔ مشترکانِ ادعاشده این سرویس ها تنظیم شده است. در تمام موارد، این آمار مربوط به کل مشترکانی است که از کل سرویس های کابلی استفاده می کنند و در این مجموعه می توان شبکه ها را هم گنجاند. آن ها لزوماً آمار مشترکان، حامیان یا بینندگان همیشگی این سرویس ها را نشان نمی دهند. در واقع سطح واقعی تماشا بسیار محدودتر و برای نمونه صدها یا هزاران نفر به جای میلیون ها نفر است. برای بحثی کامل دربارهٔ مخاطبان تله ونجلیسم در دوران اوج نگاه کنید به Hoover (۱۹۸۷).

۶- Odyssey Channel

زیرمجموعه شبکه هالمارک(۱) قرار گرفته است. برنامه باشگاه ۷۰۰(۲) پت رابرتسن زمانی نمونه شاخص این شکل بود ولی متعاقباً دچار تغییر ساختار شد. شبکه خانواده آخرین نمونه از شبکه های پخش مسیحی، بر اساس برنامه رابرتسن تأسیس شد، ولی به شرکت ABC فروخته شد و اکنون در حکم شبکه خانوادگی ABC به کارش ادامه می دهد، جایی که هنوز می توان باشگاه را در آن تماشا کرد، هر چند این برنامه دیگر در ساعت پربیننده پخش نمی شود.

تله ونجلیسم دیگر منحصراً پدیده ای متعلق به ایالات متحد نیست. بخش بزرگی از شبکه های مذهبی فعالانه در صدور برنامه ها به خارج دخیل بوده اند و برنامه های محلی آن ها در بیشتر کشورها و مناطق جهان در دسترس است. یکی از موارد استثنایی مهم، انگلستان بود، جایی که تله ونجلیسم به سبک آمریکایی مدت ها در شبکه های داخلی ممنوع بود، ولی از طریق شبکه های ماهواره ای و هم‌چنین از طریق اقدامات گروه های مذهبی محافظه کار قابل دسترس شد. آن ها تلاش کردند راه این برنامه ها را دست کم در عرصه رادیو به شبکه های زمینی و سرویس های کابلی باز کنند.(۳)

۱- Hallmark Channel

۲- ۷۰۰ Club برنامهٔ باشگاه هفتصد، برنامه ای با اجرای پت رابرتسن، چهرهٔ مشهور اونجلیست آمریکایی که از سال ۱۹۶۶ تا کنون پخش می شود. هدف این برنامه تبلیغ مسیحیت در سراسر جهان است. برای اطلاعات بیشتر رک به: نظر به زیر حجاب (اونجلیست ها، یازده سپتامبر، بازنمایی اسلام). اریک گورملی. بابک تبرایی. ماه نامهٔ رواق هنر و اندیشه. شمارهٔ ۳۱ و ۳۲. مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما. قم. ۱۳۸۷. (م.)

۳- ۲۰۰۰) Hinsliff)

از جنبه بازار رسانه ای برای نمادهای مذهبی، تله ونجلیسم و پخش برنامه های مذهبی به طور کلی عناصر مهمی در این عرصه هستند. پیشینه و اهمیتی که آن ها در ربع آخر قرن بیستم یافتند، بدین معنی است که در چهارچوب مجموعه مشخصی از کلیشه ها عمل کرده اند و در زمینه های تاریخی خاصی تأویل شده اند، که آن ها را از جهاتی بحث انگیز ساخته است. اگر این عرصه را به سه قسمت زیر تقسیم کنیم: تداوم شیوه های تله ونجلیسم در دهه های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰، تداوم بازار پرشور مذهبی رادیویی و ظهور و رشد صنعت موسیقی مسیحی و عوامل پخش آن، می توانیم ببینیم که این نوع عناصر هم‌چنان در چشم انداز پخش رسانه ای حضور دارند.

به هر حال، مهم است اشاره کنیم که تاریخ این شکل ها و فرمت ها آنان را با میراث خاصی ملازم می سازد که کنار گذاردنش دشوار است. زمانی تصور می شد تلویزیون مذهبی می تواند در مجموعه برنامه های تلویزیون تجاری جایگاهی داشته باشد؛ ولی این امید به دلیل تفاوت در شیوه پخش محو شد. اهمیت اجتماعی و فرهنگی که مبلغان مسیحی تلویزیون هنگام اوجِ برنامه های شان در نظر داشتند، باعث شد ژانر پخش برنامه های مذهبی هم‌چنان باری را به دنبال خود بکشد.

پت رابرتسن(۱) زمانی می خواست در شبکه مسیحی خود CBN نوعی برنامه زمان بندی ایجاد کند که بتواند با شکل های تجاری به رقابت

۱- پت رابرتسن با نام اصلی (Marion Gordon Robertson) متولد سال ۱۹۳۰ در کشور آمریکا، فرزند تحصیل کرده یک سناتور ایالات متحده بود که تصمیم گرفت به کسوت روحانیت درآید و پس از تحصیلات دینی، در سال ۱۹۶۱ کشیش کلیسای باپتیست جنوبی شد. وی یک ایستگاهِ رو به ورشکستگی UHF را با این هدف خرید که برنامه های دینی پخش کند و در سال انتصابش به عنوان کشیش، شبکه CBN را تأسیس کرد. در سال ۱۹۸۸، رابرتسن از مقام روحانیت استعفا داد تا نامزد ریاست جمهوری ایالات متحده شود ولی تلاشش نافرجام ماند و به CBN بازگشت ولی این بار خود را نه یک مبلغ مسیحیت که یک تهیه‌کننده برنامه های دینی معرفی کرد. امپراتوری تلویزیون مسیحیِ رابرتسن تا حد شبکه های ماهواره ای و سهام چند رسانه ای گسترش یافت که در سال ۱۹۹۷ ارزش این سهام سرانجام از مرز یک میلیارد دلار گذشت. (م.)

برخیزد.(۱) این امر، دیگر ممکن یا حتی ضروری نیست. چنان که می بینیم (و در فصل های بعدی با دقت بیشتری خواهیم دید) امروزه بازار تجاری عمومی در مقایسه با دورانی که رابرتسن خدمات روحانی و تلویزیونی خود را آغاز کرد، مجموعه گسترده تری از دستمایه های مذهبی را فراهم می آورد. به نحوی کنایه آمیز آن گوشه از بازار که وی اکنون اشغال می کند، درست به اندازه دوران آغاز کارش فرعی و حاشیه ای است. در حالی که آثاری هم چون نظرکردهٔ فرشته بیشتر مورد توجه‌اند. شخصیت و ماهیت بخش عمده ای از این دستمایه نوین مذهبی ــ معنوی بیشتر نمایانگر چهرهٔ متغیر مذهب در آمریکا است، بیش از آن حدی که مبلغان مسیحی تلویزیونی در دوران آغاز کار خود با آن آشنا بودند.

نشر مذهبی

نشر مذهبی

چنان که پیش از این اشاره کردیم، بازار رسانه های دیگر گسترده تر از رسانه های الکترونیکی است. همان طور که بسیاری از مورخان نشان داده اند، پیش‌تر بازار پرشور مذهبی ای وجود داشته است که به قرن

۱- Hoover (۱۹۸۸)

هجدهم برمی گردد و مجموعه گسترده ای از رسانه ها و شکل های سرگرمی را با هم تلفیق ساخته است.(۱)

آن بُردِنِ جامعه شناس در این باره می نویسد، رسانه هم‌چنان به نشر افکار مذهبی ادامه داد. با تکامل نشر مذهبی می توانیم ببینیم دسترسی آحاد اجتماعی و اعتمادپذیری آن ها به مرور زمان تقویت می شود و هم‌چنین هدفی که بخش عمده ای از دنیای رسانه های مذهبی دنبال می کند. مطالعه بُردن دربارهٔ نهادمحوری این صنعت بازاریابی و انجمن فروشندگان کتاب مسیحی (CBA) دیدگاه های جالبی دربارهٔ روش های گسترش جنبش های مذهبی آمریکایی در هماهنگی با نشر و بازاریابی مذهبی ارائه می دهد. تاریخ نشر آمریکایی عمیقاً ریشه در نشر مذهبی دارد.(۲) بسیاری از شرکت های بزرگ نشر، کارشان را به عنوان ناشران مذهبی آغاز کردند و مراکز اصلی نشر از جمله فیلادلفیا اساساً به دلیل چنین بازاری پدید آمدند. به هر حال تاریخ اخیر نشر مذهبی نشان می دهد که بین فعالیت های تشکیلات سنتی تر نشر اناجیل، آثارSunday School و رسالات (که هنوز هم از جنبه تجاری صنعت مهمی محسوب می شود) و فعالیت های مستقل یا نشر هماهنگ با کلیسا (برای نمونه انجمن CBA) تفاوت های چشمگیری وجود دارد. تاریخچه ای که بُردن درباره CBA نوشته است، نشان می دهد که دست کم طی قرن بیستم اعضای این سازمان و سازمان های مرتبط به

۱- Underwood (۲۰۰۲), Nord (۲۰۰۴), Morgan (۱۹۹۶), Winston (۲۰۰۰), Moore (۱۹۹۵)

۲- Nord (۲۰۰۴)

تدریج خود را در چشم انـداز رسـانه ای وسـیع تری از تبلیغـات، بازاریـابی و رسـانه هـای انبوه قرار دادنـد. اسـتقلال آن هـا از تشـکیلات مـذهبی تبـدیل به شاخص مهمی شـد؛ ولی در همان حال آن ها را در موضـعی قرار داد که بتواننـد از گرایش های ضـدنهادی در مـذهب آمریکـایی دست کم از انواع محـافظه کار مسـیحی یا پروتسـتانی انجیلی اسـتفاده ببرنـد. این امر در دهه اخیر، به ظهور CBA در حکم بازار اصلی نشر مذهبی و طیف گسترده تری از محصولات رسانه ای انجامید.(۱)

نکته مهمی که در این جـا به بحث مـا مربـوط می شـود، گسـترش و رواج این صـنعت است. صـنعت یادشـده از ایفـای نقشـی کوچک و حاشـیه ای در عرصه رسانه ای بسیار فراتر رفته و تبدیل به یک نیروی بزرگ اقتصادی و رسانه ای شده است، چنان که کتابخـانه های مرتبط با CBA اکنون در تمـام شـهرهای بزرگ دیـده می شونـد و در کنار دیگر آثار متعارف سـکولار در فروشـگاه هـای بزرگ کشور دیـده می شونـد. این موضوع نشـان می دهـد که کتاب ها و دیگر منابعی که اعضای CBA تهیه کرده اند، بیش از پیش در دسترس عموم قرار گرفته و تبدیل به بخشی فراگیر در عرصه مذهبی و فرهنگی شده اند. این به روز شدن مشابه با همان وضـعیتی است که شبکه های مذهبی طی دوران اوج گیری به آن می اندیشیدند.(۲) CBA و فعالیت های مشـابه بـا آن، در جوار بـازار رسـانه ای سـکولارتر قرار دارنـد و این امر منجر به بحث های فراوانی دربارهٔ موضوعات متمایزی مانند فهرست پرفروش ها شده که برای نشر سکولار و مذهبی مطرح است.

۱- ۲۰۰۴) Blake)

۲- forthcoming) Borden)

یکی از پدیـده ها در این قلمرو، سلسـله کتاب های برجامانده(۱) نوشـته تیم لِهایی و جری جنکینز بوده است.(۲) مانند بسیاری دیگر از کتاب های مسیحی میلیون ها نسخه از این آثار هم به فروش رفته ولی جایگاه خود را صرفاً در فهرست های حاشیه ای مـذهبی در تضاد با فهرست های آثار پرفروش سـکولار یافته اند، فهرست هایی که بسـیاری از افراد را در دنیای مذهبی آزرده است. فیلمی که بر اساس این رمان هـا سـاخته شـد در گیشه شـکست خورد، ولی نمونه ای از تلاـش برای ایجـاد ارتبـاط بین بازارهای رسانه ای مـذهبی و سـکولار بود، طرحی که شاید با موانعی جدی مواجه شود؛(۳) البته در حکم نمونه ای حاصـل از توسـعه یک بازار رسانه ای گسترده تر عمل می کند، موردی که در عرصه هایی مانند تبلیغات، عملکردی شبیه بازار رسانه ای سکولار دارد. شاید مهم ترین بخش نشـر مذهبی، بازار مجلات مذهبی باشد. نشـر مجله درست مانند نشـر کتاب، در مقایسه با دوران اولیه که اغلب چنین نشریاتی به طور مستقیم در ارتباط با گروه ها یا عناوین مذهبی بودند، تفاوت یافته است. در شرایط کنونی عرصه گسترده و پرتحرکی مشتمل بر صدها نشر مستقل مذهبی و معنوی هم در محصولات مذهبی قابل دسترس هستند و هم در نمونه های سکولار. پرتیراژترین این مجلات، Christianity Today، سیصد و سی هزار نسخه منتشر می کند.(۴)

۱- Left Behind

۲- Tim LeHye and Jerry Jenkins in Ali (۲۰۰۱)

۳- Hendershot (۲۰۰۴), p. ۲۰۹

۴- Christianity Today Magazine Rates and Data ۵ (۲۰۰۵)

مجلات Christian Century و Christianity and Crisis به عنوان جایگزینی برای نشریات مذهبیِ غالب در اواسط قرن بیستم تأسیس شدند.(۱) در اواخر قرن، این مجلات اهمیت و اعتبار خاصی یافتند و درست به موازات رشد در زمینه تعالیم پروتستانی انجیلی که مقصود این نشریات بود، تبدیل به پرخواننده ترین آثار در رده خود شدند.(۲) به هر حال نشر مجلات، طیفی از موضوعات را در عرصه گسترده ای از علایق مختلف تأمین می کند. در کنار نشریاتی چون Christianity Today شمار فراوانی از مجلات یا به وسیله گروه های مذهبی یا جنبش های حاشیه ای موجود، گروه های عصر جدید در انواع مختلف و دیگر تشکیلاتی که در این بین قرار می گیرند انتشار می یابند یا جهت گیری می شوند.

رسانه های سرگرمی

رسانه های سرگرمی

پیش تر دیدیم که چگونه بازار رسانه ها در سال های اخیر، مذهبی تر یا معنوی تر شده است. اکنون شمار فراوانی از برنامه ها هم در شبکه های بزرگ و هم در صنایع تلویزیون کابلی و پخش مستقیم ماهواره ای به مضامین و ارزش های مذهبی و معنوی می پردازند. در این جا نمی خواهم مجموعه ای از هنجارها یا تعاریفی را پیشنهاد دهم که بتوان بر اساس آن ها مشخص کرد که آیا مضمون یا برنامه ای اصالتاً مذهبی یا معنوی

۱- Christian Century and Christianity and Crisis

۲- forthcoming) Alsdurf)

است یا خیر، هرچنـد شاید این کار شوق برانگیز باشد. بی علاقگی من به خاطر یکی از هدف‌های این طرح، یعنی زمینه سازی برای شـنیدن سخنان مستقیم مخاطبان چنین برنامه هایی است. اگر کار را با ایجاد رده بندی های مشخص کننده آثار مذهبی یا معنوی آغاز کنیم، بخشـی از هدفمان به شـکست می انجامد. در همان حال، مسائل مربوط به تعریف امور مذهبی یا معنوی در رسانه ها مهم هسـتند، ولی نه بـدان سـبب که به ما کمک می کنند مشـروعیت یا اهمیت نمادها و ارزش هایی را که در آن جا می بینیم، درک کنیم. در عوض، به روش هـای مهمی برای تعریف چشم انـداز فرهنگی در رسـانه ها تبـدیل می شونـد و به ما یاری می‌دهنـد که نقشه محیط فرهنگی و جایگاه خودمان را در آن ترسـیم کنیم. برای نمونه در دوره تله ونجلیسم این موضوع روشن شد که بخش زیادی از چیزهایی که برای حامیان چنین برنامه هایی مهم یا آشـکار بود، شامل عناصـر خاص محتوایی و نکات آموزنده و تأثیرگذار نبود، بلکه برنامه های مذکور نوعی فضای فرهنگی را در محیط رسانه ها بازنمایی کردند که چنین حامیـانی در آن آسوده بودنـد. چنـان که مطالعه من دربارهٔ مخاطبانِ برنامه باشـگاه ۷۰۰ نشـان می دهـد ارزش این برنامه برای بینندگانش بیشتر نمادین بوده است، چنان که حضور یا حتی اوج گیری دیدگاه جهانی مسـیحی را بر زمینه مهم رسانه ها نشان می دهد.(۱)

پژوهش های اخیر دربارهٔ مخاطبان، به مفاهیم متغیر خانه و خانواده در دوران رسانه ها پرداخته اند و نشان می دهند که یکی از عناصر یا

۱- Hoover (۱۹۸۸)

چهارچوب های مهم برای معنا سازی در این زمینه، نقشه برداری یا قرار گرفتن بر زمینه فرهنگی رسانه ها از طریق دریافت آرای مردمی است که برنامه های مختلف و عملکردهای رسانه ای را از جنبه ارزش، اهمیت، دلالت فرهنگی و اجتماعی شان ارزیابی می کنند.(۱) ضمن بررسی تله ونجلیسم و آرزوی دست اندرکارانش برای قرارگرفتن در جریان برنامه های روز، دقیقاً این نوع بررسی را مشاهده کردیم، همان نوعی که طرح های فرهنگیِ تعیین کننده از جمله تمایز میان موسیقی مسیحی و موسیقی روز را ایجاد می کند. این پرسش که این یا آن چیست، پرسشی ساده، صریح یا تلویحی نیست. در واقع، بخش بزرگی از ایده ها و سازه ها درباره این پرسش ها است. شاید برای تهیه کنندگان آثار مذهبی موجه باشد که بخواهند وارد برنامه های روز شوند، ولی روشن است که مجموعه ای از عوامل، رسیدن به این هدف را برای آن ها دشوار می سازد. نمونه موفقی وجود ندارد که نشان دهد چنین کوششی میسر شده است یا اگر هم نمونه هایی باشند، تعدادشان بسیار اندک است.(۲) در عوض طرحی قابل تامل وجود دارد که می خواهد به چنین نتایجی برسد و این کار را با برجسته سازی ریشه های مذهبی آثار مذهبی انجام می دهد. به هر حال، این هدفِ خودآگاهانه به شکست می انجامد.

۱- Hoover et al. (۲۰۰۴), Chapter ۳

۲- در ۱۹۸۸) Hoover) بحثی دربارهٔ این فرآیند در ارتباط با پخش برنامه های مذهبی و در ۲۰۰۴) Hendershot) بحثی دربارهٔ فیلم های اونجلیکال و معنوی آمده است. در هر دو مورد، مسئله تناسب با نیازهای بازار مطرح می شود و در هر بار مشخص است که باید از این مرحله گذر کرد. همین موقعیت در مورد امکان بالقوه صنعت موسیقی مسیحی برای ایجاد ارتباط مطرح شده است.

چنان که هِندرشات در تاریخی که بر سینمای انجیلی با نام لرزاندن جهان به خاطر مسیح(۱) نشان داده است، موسیقی یا فیلم مسیحی که بخواهد هم پوشانی و ارتباط ایجاد کند، به یک اندازه از جانب مخاطبان مؤمنان و سکولار با بدبینی روبه‌رو می شود. تمام مخاطبان رسانه ها، به خوبی مبانی تولید رسانه ای را درک می کنند و هنگامی که رسانه های مذهبی را می بینند، به خوبی آن ها را شناسایی می کنند. در حالی که شاید مؤمنان، این برنامه ها را به خاطر حضورشان حمایت کنند (آن ها را بخشی از ترکیب رسانه ای بدانند) همزمان به خوبی درمی یابند که شاید چنین برنامه هایی نتوانند با دیگران رقابت کنند. برای مخاطبانی که چنین ایمانی ندارند، نشانه هایی که باعث می شود چنین آثاری متفاوت بنمایند، به رویگردانی می انجامند.(۲)

اگر بتوانیم خط نسبتاً روشنی میان رسانه هایی که در اثر انگیزه های مذهبی ایجاد می شوند و آن هایی که بیشتر سکولار هستند، ترسیم کنیم شاید بتوانیم رسانه هایی را برشمریم که به گرایش های نوین در زمینه علایق مذهبی و معنوی پاسخ می دهند (آثاری با دیدگاه سکولار که هم پوشانی می کنند)؛ کاری که شاید بسیار موفقیت آمیزتر از پیگیری دیگر مسیرها باشد. موفقیت اثر نظرکردهٔ فرشته و دیگر برنامه هایی که به معنویت می پردازند، از جمله فرشته و سرزمین موعود(۳) باعث شد

۱- Shaking the World for Jesus

۲ - ۲۰۰۴) Hendershot)به ویژه بحث او دربارهٔ فیلم برجامانده قابل توجه است. هندرشات از قول تعدادی از مخاطبان اونجلیکال می نویسد: چرا مسیحیان نمی توانند فیلم های بهتری بسازند.

۳- Angel and Promise Land

بخش عمـده جامعهٔ تولید تلویزیونی، برای تولید در فصل تلویزیونی ۱۹۹۷ به جست وجوی دسـتمایه های مشابهی بپردازد.(۱) هم‌چنین، در همان سال اعلام شد که شـبکه ای جدید از ایستگاه های گوناگون، پیشاپیش حق پخش مجدد نظرکردهٔ فرشته را خریده است. این شـبکه که PAX نامیـده شد از ۷۳ ایسـتگاه تلویزیونی تشـکیل شده که متعلق به خالقش، باد پَکسـن(۲) بوده است. به گفته خود پَکسن فکر اولیه، ایجاد شـبکه ای مبتنی بر تولیـد برنامه های مفیـد و آرامش بخش بود.(۳) در فصل ۲۰۰۳ شبکه PAX به شـبکه ای موفق، از جنبه اقتصـادی و نه فرهنگی تبـدیل شـد، از طریق تلویزیون کـابلی خود جایگـاهی در بازار رسـانه هـا یافت و هم‌چنان هـدف پَکسن یعنی تلفیق ژانرهای تلویزیونی را ادامه داد. به جز شـبکهٔ ITV تعدادی از شـبکه های تلویزیونی به انواع مشابهی از برنامه سازی تمایل نشان می دهند، برای نمونه شـبکه هالمارک از طریق رابطه با شـبکه اُدیسه که مسـیحی محـور است و هم‌چنین شـبکه هـای آکسیجِن و لایـف تـایم اکنـون تعـداد بسـیاری برنـامه در دست تولیـد دارنـد که هنـدرشات در حکم برنـامه سـازی آرمـانی برای ایجاد ارتباط میان بازارهای مسـیحی و سـکولار شـناسایی کرده اسـت(۴) که بازنمایی خوبی از برنامه سازی به شیوه درمانی و حتی از جنبه ژانری، برنامه سازی

۱- Zerbisias (۱۹۹۷)

۲- Lowell W. "Bud" Paxson یک مدیر رسانه ای اونجلیست آمریکایی که شبکهٔ PAX را بناگذاشته است. این شبکه از سال ۱۹۹۸ آغاز به کار کرد. (م.)

۳- Zerbisias (۱۹۹۷)

۴- بررسـی هنـدرشات از بازار مسـیحی و بازار موسـیقی معاصـر نشان می دهـد که این نوع برنامه سازی سالم رویکردی موفق برای گذر از مسیرهای دیگر و رسیدن به این مرحله است: (Hendershot ۲۰۰۴, Chs ۱-۲ p. ۱۹۹)

معنوی، ارائه می دهـد. هم زمـان، دنیای رسانه ای و سـکولار یا تجاری به تهیه دسـتمایه هایی می پردازد که به شـکل بارزتری مـذهبی هسـتند. طی سـال هـا هـالیوود به تولیـد چنین آثاری پرداخته است که قـدمتشان به دوران فیلم های عظیم و پرهزینه ده فرمان(۱) و خرقه(۲) می رسد و امروزه به تولید فیلم های مهم و گوناگونی رسیده که از سوی منتقدان تحسین شده‌اند از جمله مُبلغ،(۳) داگما(۴) و فیلم نجات یافته(۵) (۲۰۰۴) اثر برایان دَنلی.

در میان فیلم های اخیر، هیـچ یک به موفقیت فیلم مصائب مسیـح (۲۰۰۴) به تهیه کنندگی و کارگردانی مل گیبسن نرسـیدند. مصائب مسـیح موجی از تفاسـیر اجتماعی، مـذهبی و پژوهشـی به راه انـداخت.(۶) ایـن فیلم به عنـوان اثری شـاخص در ایجـاد سـازش بین مـذهب و رسانه اثری ممتاز به شـمار می رود. فیلم به وسـیله یکی از سـتارگان روز با بودجه معمول آثار پرهزینه و جـذاب هالیوودی، با تبلیغات فراوان، با معیار های رایـج تولیـدی و حضور سـتارگان ساخته شـد. همزمان گیبسن به نوعی بانی ورود مذهب به عرصه فیلم سکولار شد. او تلاش بسیاری کرد

۱- .Ten Commandments دو فیلم با این نام در تاریخ سینما ساخته شد که هر دو ساختهٔ کارگردان مشهور آمریکایی سیسیل ب. دومیل است. یکی سیاه و سفید و صامت (۱۹۲۳) است و دیگری رنگی (نسخهٔ مشهورتر و بیشتر دیـده شده تر) (۱۹۵۶). این فیلم به داستان حضرت موسی (ع) می پردازد. (م.)

۲- The Robe فیلمی ساختهٔ هنری کاستر با بازی ریچار برتن و جین سیمونز. ساخته شده به سال ۱۹۵۳. این فیلم را نخستین فیلم سینمااسکوپ می دانند. (م.)

۳- The Apostle فیلمی ساختهٔ رابرت دووال با بازی خود او و بیلی باب تورنتون. ساختهٔ سال ۱۹۹۷ آمریکا. (م.)

۴- Dogma

۵- Saved

۶- در هفته های آغازین نمایش فیلم سه اثر پژوهشی مرتبط با آن معرفی شد.

که میلیون ها نفر از بینندگان پروتستان و کاتولیک را در هفته اول نمایش فیلم به سالن های سینما بکشاند و همهمه ای را دامن زد که فیلمش را جزو پرفروش ترین آثار تاریخ سینما از حیث فروش در نخستین روزهای نمایش کرد. مصائب مسیح در حکم فیلمی که آگاهانه به مفاهیم محافظه کارانه و حتی قرون وسطایی عبودیت کاتولیک پرداخته بود، شکاف های بزرگی میان کاتولیک گرایی و مسلک های دیگر ایجاد کرد و به نحوی قابل توجیه هدف پرسش هایی دربارهٔ دیدگاه کاتولیک گرایی درباره مسئله قدیمی دخالت و جرم یهودیان در مصلوب شدن مسیح قرار گرفت.

نکات فراوان دیگری هم می توان دربارهٔ این فیلم گفت، ولی در این جا تنها به دو نکته می‌پردازم و دیگران را به پژوهش ها و طرح های دیگر وامی گذارم. نخست این‌که، این فیلم نمونه ای از تأثیر بسیار خاص رسانه ها بر مذهب است. درست همان‌طور که تصویرپردازی درخشان ده فرمان از داستان سِفر خروج به خاطره بصری نسل های مسیحی و یهودی از آن رخدادها تبدیل شد، بازنمایی مصائب مسیح نیز از ریاضت های آن حضرت تبدیل به خاطره بصری استاندارد برای نسل کنونی و نسل‌های می شود. دوم این که نخستین تلاش نشان می دهد که محصولات تولیدشده در عرصه رسانه ها از جمله خود این فیلم، نمادگرایی و بازنمایی مذهبی برای کل فرهنگ را تعیین می کند. مصائب مسیح در بحث جاری میان آثار با مشی مذهبی و سکولار، نشان می دهد که قدرت در طرف دوم نهفته است. وقتی به یاد می آوریم که موضوع، تعریف اصطلاحات برای کل فرهنگ است و نقشی که مذهب شاید

بتواند یا نتواند در این فرهنگ ایفا کند، وضعیت به طور خاص و منطقی درست جلوه می کند.

بنـابراین، چشم انـداز رسـانه هـا عرصه ای است که طیف گسترده ای از دسـتمایه هـای نمـادین مربوط با موضوعات مـذهب و معنویت را در خود دارد. این چشم انـداز با تاریـخ، زیبایی شناسـی و سـنت مـذهبی، با تکامل سـلیقه‌های فرهنگی و علاقه‌های مخاطبان شکل می گیرد.

روش های نگرش به مذهب و رسانه ها

اشاره

روش های نگرش به مذهب و رسانه ها

در فصـل اول برخی از واژه هـای کلیـدی مربوط به مـذهب و رسـانه هـا را بررسـی کردیم. این کـار بـا نگاهی به درک ریشـه مطالعات پژوهشـی دربارهٔ مذهب و رسانه ها و مسیرهای محتمل پیش روی آن ها انجام شد. زیربنای این رویکردهای پژوهشی را مجموعه ای از افکـار مطرح شـده یـا اکتسـابی دربارهٔ رابطه بین مـذهب و رسانه ها، هم چنین مجموعه گسترده تری از نگره های عمومی تر و کمتر پژوهشـی تشـکیل می دهد. در این جا برخی از مهم ترین این موارد را به اجمال ملاحظه خواهم کرد تا مشـخص کنم که چگونه رویکرد مـا در فصـل هـای بعـدی بـا آن ها تفاوت دارد. هـدف این نیست که افکار فوق را کمرنگ کنم؛ زیرا برخی از آن ها روش های بسـیار مفیـدی برای درک امور هسـتند. در واقع هـدف، ایجاد تمایز برای دیدگاه فرهنگ گرا_قوم شناسانه ای است که از افکار فوق برخواهیم گرفت:

۱. کهن الگوها (Archetypes)

۱. کهن الگوها (Archetypes)

نگره های مبتنی بر کهن الگوها در شماری از نظام ها، از تاریخ هنر گرفته تا روان شناسی وجود دارند. ایده بنیادین این است که در قلمروهای اجتماعی، فرهنگی و روان شناختی مجموعه ای از شکل ها یا کهن الگوهایی وجود دارند که دیگر شکل ها متکی بر آن ها هستند. در مطالعات رسانه ها، نگره های ساختارگرا و روان شناختی از جمله نگره های لاکان و یونگ به شکل های متفاوتی برای وظیفه درک نمادگرایی فرهنگی و متون رسانه ها متناسب شده اند. طرح مورد نظر، توضیح این شکل های بنیادی تر در آثار رسانه ایِ موجود است.(۱) تحلیل گرگور گوثالس از تلویزیون مذهبی مسیر مشابه و فرمالیستی را طی می کند، گرچه آگاهانه از خودِ نگره کهن الگو سرچشمه گرفته است.(۲)

مجموعه گسترده تری از نقدهای مذهبی در رسانه ها نیز، رویکردِ نگرش به شکل های زیربنایی را در حکم روشی برای تحلیل متون و عملکردها به کار می گیرند. این رویکردهای فرمی به تحلیل فرهنگی تا حدی مؤثر و ارزشمند هستند. در عین حال، مهم است بفهمیم که چنین رویکردهایی می توانند فرمالیستی شوند. منظورم از تمایز مذکور این است که رویکردهای کهن الگویی یا فرمی اگر از صرفاً تحلیل فرمی در شکل توصیفی به ۱۷۴تحلیل فرمی در حکم راهی به مشروعیت دادن یا مشروعیت زدایی از آثار فرهنگی بگرایند، از جهاتی مسئله ساز می شوند.

۱- Apostolos- Cappadona (۱۹۹۷); Korp (۱۹۹۷)

۲- Gregor Goethals (۱۹۸۲)

تحلیـل فرمی یـا کهن الگویی را می توان برای بیان این موضوع به کار گرفت که اثر یا متن یا عملکردی خاص اصالت دارد یا نه و طبعاً مشـروع است یا خیر. این بخشی از سنتِ به قول معروف، لیویسیته ای(۱)در مطالعات فرهنگی است که اکنون به دلیل کاربرد محـدودش در فهم یا توضیـح فرهنگ به منزله امری زنده، تجربه و ساخته شده انتقاد می‌شود. بخش عمده چیزهایی که در تکامل شـکل تجربه مذهب در آمریکا می بینیم، ما را به این گمان سوق می دهد که امروزه بسـیاری از افراد، مفهوم شـکل های مذهبی مشروع یا بیان مذهبی را زیر سؤال می برند و تحلیل فرمالیستی را مسئله ساز می کنند.

۲. واقع گرایی بازنمایانه (Representation Realism)

۲. واقع گرایی بازنمایانه (Representation Realism)

سنتی قدیمی وجود دارد که به واقعی بودن یا واقعی نبودن آثار رسانه ای می پردازد. غالباً اصالت و مشروعیت در پیوند با واقع گرایی، به آثار فرهنگی نسـبت داده می شونـد. بیشتر نقـدهای کلیسایی از تصویر مذهب در رسانه ها مبتنی بر این فرض اسـت که تصاویر مـذکور برای آن که اصـیل یا مفیـد باشـند، باید بازنمایانه و واقع گرا باشـند تا بتواند مذهب را به روش های مثبتی گسترش دهند.(۲) یکی از ابعاد جالب بحث هایی که پیرامون فیلم مصائب مسـیح ساخته مِل گیبسن در سال ۲۰۰۴ مطرح شد، مسئله واقع گرایی بود. بیشتر گفتمان های کلیسایی و

۱- منظور سنتی بر گرفته از آرای فرانک ریموند لیویس (۱۹۷۸_۱۸۹۵ (منتقد ادبی و مدرس برجسته انگلیسی است که داوری های قاطع و بحث انگیزش تأثیر فراوانی بر نقد مدرن ادبیات گذارد. (م.)

۲- ۱۹۸۲) Goethals)

غیره، دربارهٔ معنی و دلالتِ فیلم، مبتنی بر خشونتِ فرا واقعی (افراطی) آن بود. بسیاری از بینندگان این موضوع را بدیهی می دانستند که سطح بازنمایی خشونت در فیلم بنابر ماهیتش واقع گرایانه است.(۱) بررسی های بازنمایانه و واقع گرا، تبعیضی مبتنی بر سلیقهٔ طبقاتی را هم در خود دارند؛ زیرا نخبگان فرهنگی بعضی از آثار را خام دستانه یا محلی و برخی دیگر را فرهیخته و منطبق بر سلایق والاتر قلمداد می کنند.(۲)

۳. ابزارانگاری (Instrumentalism)

۳. ابزارانگاری (Instrumentalism)

بخش زیادی از تفاسیر و نقدها درباره ماهیت و تأثیر رسانه ها مبتنی بر این فرض است که آن ها کارایی ابزارانگارانه دارند. ترس از قدرت رسانه ها برای تأثیرگذاری بر معنویت و ارزش ها غالباً مرتبط با این احساس است که رسانه ها اساساً ابزارهایی هستند که می توانند بر ما و دیگران تأثیر بگذارند. بخش عمده ای از نقدهای رسانه ای که خاستگاه مذهبی دارند، بر اساس چنین مفهومی شکل گرفته است؛ برای نمونه دربارهٔ جنبش سواد رسانه ای که عمدتاً ریشه در حساسیت های مذهبی دارد، فرض می شود که عملکرد مخاطبان رسانه ها را باید در حکم طرحی مشتمل بر برخورد، تأویل و نهایتاً به چالش طلبیدن بیشتر چیزهایی استنباط کرد که در رسانه ها ارائه می شوند. الگوی زیربنایی مصرف رسانه ها، الگویی است که آن ها را در حکم ابزارها یا آثاری می بیند که منبع کنش فرهنگی هستند. رسانه ها قدرتمندند و مخاطبان

۱- (Morgan ۲۰۰۴)

۲- (Best and Kellner ۱۹۹۱)

یا بایـد به آن ها پاسـخ دهند یا به انقیادشان دربیایند. نقدهای محافظه کارانه ای که بر جنبه های ضد مذهبی رسانه ها ارائه می شوند، عملکردی منفی تر و خطرناک تر در آن ها می بینند.(۱)

مطابق دیدگاه ابزارانگارانه، به رسانه ها باید به دلیل نیروی بالقوه شان برای تأثیرگذاری و نفوذ بر مخاطبان، نهادها و ارزش ها یـا دیگر بخش های فرهنگی توجه کرد که مـذهب یکی از ارکان محوری آن هاست. در کتاب راه و رسم دل(۲) حین مطالعه کلاسـیک زندگی اجتماعی اواخر قرن بیسـتم، مؤلفان صرفاً این نوع تأثیرگذاری را به رسانه ها و فرهنگ عامه پسند نسبت می دهند.(۳)

مقاله تأثیرگـذار جیمز کَری در برابر ابزارانگاری قرار می گیرد. وی در این مقاله علیه دیـدگاه مخابره ابزارانگارانه در رسانه ها بحث می کنـد و خواسـتار دیـدگاهی آیینی است که از نظر فرهنگی تبیین شـده باشـد. در تضاد با دغـدغه ابزارانگارانه که در زمـان و مکـان گسترش می یابـد، کَری اسـتدلال می کنـد که دیـدگاه آیینی دغـدغه ارتبـاطی را دارد که آدم هـا را در قـالب دوستی و اشتراک گرد هم می آورد.(۴)

۴. جمع طلبی/جهان باوری (Totalism/Universalism)

۴. جمع طلبی/جهان باوری (Totalism/Universalism)

دیدگاه مرتبط دیگری هم وجود دارد که رسانه ها را اموری جهانی و نه مختص به گروه و جمعی خاص می داند. این رویکرد که مرتبط با

۱- Wildmon (۱۹۸۹), Medved (۱۹۹۲)

۲- Habits of the Heart

۳- Bellah (۱۹۸۶), pp. ۲۷۹-۸۱

۴- James Carey (۱۹۸۹), p. ۱۸

دیدگاه دریافت شده دربارهٔ رسانه ها از قرن بیستم است، فرض می دارد که رسانه ها را نباید صرفاً از نظر تأثیرهای شان ملاحظه کرد بلکه باید آن ها را کم و بیش جذّاب و با رویکرد و تأثیری جهانی دانست.

البته این دیدگاه از استنباط های مربوط به دوران تفکر رسانه های جمعی در حکم تشکیلاتی عظیم، عمومی و اجتماعی سرچشمه می گیرد، نه دیدگاه معاصرتری که رسانه ها را در حکم تشکیلاتی متنوع تر، تفکیک شده تر و خاص تر در نظر می گیرد.(۱) البته این، نمونه ای از استنباط های فرهنگی مدرنیستی در برابر ادراکات پسامدرنیستی است. پسامدرنیسم بخش بزرگی از نیروی تأویلی خود را از نقد فرضیات مدرنیسم دربارهٔ عوالم فرهنگی برمی گیرد.(۲) امروزه تصور می شود که بهتر است فرهنگ را از این جنبه های کلی ملاحظه نکنیم؛ زیرا به نظر می آید که بخش عمده کنش فرهنگی و تأویلی در جوامع خاص، به وسیله گروه های فرهنگی و جمعیتی خاص و در زمینه های خاص انجام می شود.

۵. تحول گرایی (Transformationism)

۵. تحول گرایی (Transformationism)

این مکتب فکری که آن را در فصل اول، نظریهٔ رسانه نامیدیم، وابسته به آرای مک لوهان و مکتب تورنتو است. این مکتب با عده ای از پژوهشگران مهم عصر رسانه ها در این ایده هم عقیده است که در

۱- نگره فرهنگی رسانه ها از مدت ها پیش نقدی بر این استنباط های تمامیت طلبانه از رسانه های جمعی را تبیین کرده است. خصوصاً نگاه کنید به:۱۰- ۱ ,Moores (۱۹۹۳), pp

۲- Harvey (۱۹۸۹)

تکنولـوژی رسـانه راهنمـایی هـایی برای دیـدن، شـنیدن و درک داده می شـود. معروف تر از همـه، مـک لوهـان نظر داد که تکنولوژی هـای رسـانه هـا خود با تغییر ماهیت ادراک، روش شـکل گیری آگاهی را به گونه‌ای بنیادین متحول ساختنـد.(۱)به گمـان ژاک اِیول رسـانه هـا (همراه بـا دیگر تکنولوژی هـای مـدرن) از طریق فراینـدی که ماهیت تجربه اجتماعی را منظم می سازد، نقش تعیین کننده ای در جامعه برعهده دارند، دیدگاهی که علاوه بر او شـمار فراوانی از منتقدان اجتماعی مدرن هم به آن معتقدند.(۲) والتر آنگ نقش رسانه های الکترونیک را در تحولات بنیادینِ درک و اسـتفاده جمعی از کلام در مـدرنیته را تشریح می کند.(۳)

اخیراً آنت دِ وریس و ساموئل وِبر مجموعه مقالات جامع و تأثیرگـذاری در این باره منتشر ساخته اند.(۴) مجموعه آن ها میان بعضـی از این دیـدگاه هـا قرار دارد، ولی بیش از همه بـا افکـار تحـول گرا مرتبـط است. این مجموعه در حـالی که بـا دقت و صحت برخی از آرای مبتنی بر نظریهٔ رسانه مک لوهان را به نقد می کشد، هدف اصلی خود را چالش محوری و فرضی رسانه ها با مذهب (نقش آن ها در تعریف دوباره یا متحول ساختن ماهیت دانش استعلایی) قرار داده است؛ برای نمونه دو وریس در مقدمه اش تقریباً به طور کامل بر موضوعی تأکید می کند که

۱- (۱۹۹۴ McLuhan)

۲- (۱۹۶۷ Jaques Ellul)

۳- (۱۹۸۶ Walter Ong)

۴-این مجموعه مقالـت در کتـابی با نام دین و رسانه در سال ۲۰۰۱ توسط انتشارات دانشـگاه استانفورد چاپ شد. این کتاب در ایران توسـط انتشـارات دانشگاه ادیان و مـذاهب (قم) و به کوشـش سـیدحمیدرضا قادری/حسـین حیـدری عمیـد ترجمه و گردآوری شده است.(م.)

به نظر می آید دغدغه بسیاری از نویسندگان دیگر این مجموعه هم باشد؛ این فکر که رسانه ها می توانند با تغییر در چیزهایی مانند جلوه های ویژه اساساً معنی تجلی یا بینش مذهبی را به ویژه در پیوند با معنی معجزه ها متحول سازند. مقاله وِبر کانون توجه خود را بر ساختارپردازی مفاهیم آیینی در رسانه ها و رابطه تکرار با درک حقیقت و این احتمال معطوف می کند که شاید رسانه ها به شکلی ضمنی اما بنیادین به بازگشت امر مذهبی نظر دارند.(۱) در تمام این موارد گرایشی بسیار شدید نسبت به بررسی ویژگی های ضمنی و مفروض رسانه ها و توجه بسیار اندکی به زمینه های اجتماعی و اقتصادی گسترده تری دیده می شود که این رسانه ها در چارچوب آن ها عمل می کنند.(۲)

در شکل گیری نگره آکادمیک، جبرگرایی تکنولوژیک نکوهش شده است و بسیاری از این انتقادها معتبرند؛ زیرا می توانیم ببینیم که چگونه تکنولوژی رسانه ها می تواند مذهب را هم تحت تأثیر قرار دهد.

۶. دوگانگی یا دوگانه باوری (Dualism)

۶. دوگانگی یا دوگانه باوری (Dualism)

در تضاد با مکتب تحول گرا، تمایلی هم به تفسیر مذهب و رسانه ها وجود دارد که خود نوعی دوگانگی و تقسیم بندی بین امور مقدس و سکولار دارد و تلویحاً به همین روال، مذهب را از رسانه های سکولار جدا

۱- من نقد خود بر کوشش های دو وریس و وبر (۲۰۰۱) را محدود می کنم؛ زیرا از دیگر جهات بسیاری از مطالبی که آن ها در آثارشان ارائه داده اند، شامل توضیحات هوشمندانه و حتی استادانه ای از جنبه های مختلف نقش عصر رسانه ها در مذهب است. نکته جالب در بین نویسندگان مطالب این مجلد، فقدان مقالاتی از جامعه شناسان (صرف نظر از چند انسان شناس) درباره مذهب و رسانه هاست.

۲- در (۲۰۰۲ Underwood) نقدی بر آرای مک لوهان و آنگ آمده است.

می سازد. این یکی از فرضیات ساده ای بوده که زیربنای رویکرد مطبوعات سکولار به مذهب را تشکیل داده است و پیش تر دربارهٔ آن صحبت کردیم.

از سوی دیگر، ریشه نقدهایی بوده که منتقدان دنیای مذهبی در رسانه ها مطرح ساختند. بخش عمده خشمی که هنگام قرار گرفتن نهادهای مذهبی در زیر ذره بین رسانه ها به وجود می آید، این استنباط است که دنیای بازنمایی شدهٔ مذهب و آن که رسانه ها بازنمایی می کنند، جدا هستند یا باید از هم جدا باشند. با وجود این، هنگامِ مرور آرای دورکهیم، درمی یابیم که این موضوع ریشه های ژرف تری دارد. در واقع او بود که اولین بار به نگره پردازی دربارهٔ تقسیم بندی مقدس و کفرآمیز پرداخت.

نظریه پردازان اجتماعیِ بعدی به سرعت امر مقدس را با فرهنگ سنتی یا اصیل و امر کفرآمیز را با دنیای ابزاری تجارت، اقتصاد، سیاست و زندگی اجتماعی ارتباط دادند.(۱) در چهارچوب مطالعات ارتباط جمعی و رسانه ها، همواره گرایشی به جداسازی این پیام ها همراه با کنش های ادراکی ای که شاید بتوان آن ها را مذهبی نامید و آن هایی که جهت گیری سکولارتر یا مادی تری دارند، دیده شده است؛ برای نمونه پژوهش های اخیر دربارهٔ رسم و روش رسانه ها به شدت پای بند حفظ این جدایی بوده اند.(۲) جان فیسک در کتاب تأثیر گذارش، فرهنگ

۱- Hoover and Venturelli (۱۹۹۶)

۲- Rothenbuhler (۱۹۹۸); Couldry (۲۰۰۳) در حالی که باید برای ایجاد تمایز بین عملکردهای مبتنی بر رسم و روش رسانه ها که اساساً جهت گیری اجتماعی یا عملی دارند و آن هایی که آشکارا مذهبی هستند، تمایز قائل شد، مرز بین این دو عرصه کاملاً روشن نیست. نقد مفهوم آیینی در ادبیات مطالعات رسانه ها را در Grimes (۲۰۰۱) مطالعه کنید.

تلویزیون، این تمایز را آشکارتر ترسیم می کند و می گوید باید همه تحلیل هایش درباره فرهنگ رسانه ها و مخاطبانش را، اساساً سکولار استنباط کرد.(۱)

۷. فرمالیسم (Formalism)

۷. فرمالیسم (Formalism)

در برخی از آثاری که مرز میان مذهب و رسانه ها هستند نیز، نوعی فرمالیسم تلویحی به چشم می خورد. پژوهش دِیان و کَتز دربارهٔ رویدادهای رسانه ای(۲) که در فصل نُه با جزییات بیشتری به آن خواهیم پرداخت، نگاهی به حضور مذهب در رسم و روش معانی اجتماعی دارد و در واقع توجهش را به غیبت آن معطوف ساخته است. مذهب، شکل های خاصی به مراسم مختلف می دهد. دِیان و کَتز در تداوم رویکردهای به مطالعه مذهب مدنی، این موارد را متغیرهایی دورافتاده از ماهیت خود (ماهیت زدایی شده) در نظر می گیرند که اصل خود را تداعی می کنند، ولی جوهر آن را ندارند. نیک کولدری در اثر تحقیقاتی خود دربارهٔ رسم و آیین رسانه ها (که آن را هم با جزییات بیشتر در فصل نُه بررسی خواهیم کرد) همین معنی حضور نامریی مذهب را مطرح می سازد.(۳) یکی از پژوهش های اخیر و نظام یافته تر درباره تحلیل شکلی، در اثری دیده می شود که گونتر توماس دربارهٔ رسم و آیین رسانه ها بر زمینه

۱- John Fiske (۱۹۸۷), p. ۲۲

۲- Daniel Dayan and Elihu katz (۱۹۹۲)

۳- Nick Coudry (۲۰۰۳)

تلویزیون پدیـد آورده است. تومـاس در این اثر پژوهشـی، تحلیـل فرمی را بـا نوعی تحول باوری تلفیق ساخته و می کوشـد در تحلیـل رسانه ها و مـذهب تکیه گاهی بیابـد که هر دو زمینه پژوهشـی و گفتمان اجتماعی را در برگیرد. رویکرد توماس که از افکار پیچیده لومان دربارهٔ ماهیت نظام های اجتماعی معاصـر سرچشمه گرفته، با این فرض آغاز می شود که تلویزیون یکی از زیر نظـام هـای کـارکردی جـامعه است و تحلیـل آن برای درک فرهنـگ معاصـر اهمیت اساسـی دارد. او بـا رویکردی انسـان شناختی (که به شـکل ِ تلویزیون و شـماری از عملکردهایی که مـذهب را تـداعی می کننـد) با آن مرتبط می شونـد یا به منزله امور مذهبی یا شـبه مذهبی عمل می کنند، نتیجه می گیرد که در جریان تلویزیونی، شـکل های ارتباطی ای دیده می شوند که شباهت آشکاری با شکل های مشهور مذهبی دارند.(۱)

۸. اساس گرایی (Essentialism)

۸. اساس گرایی (Essentialism)

نقطهٔ عطف کنـایه آمیز این است که، بسیاری از این مفـاهیم رسـانه هـا و مـذهب از نظر اساس گرایی با هم مشترکنـد. بر پایه فرضِ آن هـا، می توان یا مطلوب است که فکرکنیم یک رده بنـدی از نمادها، آثار یا عملکردهایی وجود دارنـد که می توانیم آن هـا را اساساً مـذهبی، معنوی یا مقـدس در نظر بگیریم. طرح های فرمالیستی، تحول گرا و کهن الگویی که بررسـی کردیم، برای نمونه (در تداوم فرضیهٔ دوگانگی که پیش‌تر به آن

۱- Günter Thomas (۲۰۰۵) and (۱۹۹۸)

اشاره کردیم) بر این فرض استوارند که مهم است بتوانیم چیزهای مذهبی را از چیزهای غیرمذهبی جدا کنیم. منتقدان مختلف از انجام این کار اهداف متفاوتی دارند. از نظر مراجع مذهبی یا آکادمیک این موقعیت به آن ها امکان می دهد تا به دیدگاهی انتقادی از رسانه ها برسند که بر پایه موفقیت یا شکست رسانه ها در انتقال درست مذهب یا خدمت به آن قرار دارد. به زعم پژوهشگران مطالعات رسانه که می خواهند از پیچیدگی ها و اختلافات مذهبی رها شوند، این حالت امکان می دهد تا مذهب را خارج از قلمرویی تعریف کنیم که در دست مطالعه است. می توان آن را به گوشه ای راند، جایی که چیزها بیهوده پیچیده نمی شوند یا می توان آن را فراسوی مرزهای پژوهش تخصصی قرار داد.

رسانه ها و دانش پژوهی نوین مذهبی

رسانه ها و دانش پژوهی نوین مذهبی

مسئله بنیادین درباره هر یک از رویکردهای بالا، این است که نمی توانند بر همگرایی مذهب و رسانه ها در عرصه عملکرد اجتماعی تأمل کنند. چنان که دیدیم، چندان مناسب نیست که رسانه ها را به صورت جمعی یا کلی در نظر بگیریم. رسانه ها تغییر می کنند، متنوع تر، تخصصی تر، تفکیک شده تر، هدف مندتر و تعاملی می شوند. این موضوع پرسش های جدی درباره مفاهیمی برمی انگیزد که به نوعی از رسانه های انحصاری باور دارند که مذهب باید با آن ها درگیر شود. نکته مهم تر

آن که، گرایش های کنونی در مذهب، ما را به این پرسش سوق می دهند که آیا چنین مبارزه ای وجود دارد یا نه؟

بخش قابل توجهی از آن چه دربارهٔ تحول مذهبی ملاحظه کرده ایم، همان قدر که نتیجه تغییر در روش مطالعه مذهب است، با روش های تفکر درباره آن هم ارتباط دارد. این تغییر الگو در پژوهش مذهبی وجه اشتراک فراوانی با تغییر در الگوهای پژوهش رسانه ای دارد که پیش‌تر بررسی کرده ایم. در فصل های بعدی، هنگامی که بیشتر به معنا سازی در عصر رسانه ها خواهیم پرداخت، آن چه دربارهٔ این دو عرصه می دانیم، باعث می شود دربارهٔ چیزهایی که می یابیم، انتظاراتی داشته باشیم. پیش از هر چیز باید با دقت بیشتری به این پژوهش مذهبی نوین و برخی از معانی اش بپردازیم. به طور خلاصه در عرصه مطالعات مذهبی، موارد فراوانی وجود دارند که نقشی چشم گیر و جذاب برای رسانه ها در چشم انداز مذهبی معاصر درنظر می گیرند و به گونه‌ای مشابه برای مذهب نقشی برانگیزاننده در چشم انداز رسانه ای پیش بینی می کنند.

در این جا، بررسی های ما تحت تأثیر تحول مذهبی شکل گرفته که به نحو فزاینده ای در پژوهش های مذهبی اهمیت می یابد و خود نیز بسیار تغییر می‌کند. در سال های اخیر مجموعه ای از مطالعات درباره مذهب معاصر پرسش هایی جدی دربارهٔ روش کلی آموزش مذهب و معنویت مطرح ساخته اند. یکی از پژوهشگران برجسته، کاترین آلبانِس این تحول را با توجه به تغییر در درک مذهب، واقعیتی فراگیر یا جمعی یا جهانی توصیف کرده که به صورت درک مذهب به شکل ها و نگرش های چندگانه اش درآمده و در واقع از مذهب به مذاهب رسیده

است.(۱) آر. استیون وارنر در مقـاله ای که می توان خودِ آن را الگووار (paradigmatic) در نظر گرفت، این تغییر الگو را به نظام یافته ترین شکل تشریح کرده است.(۲) وارنر می گویـد که پژوهش مذهبی نوین به صورتی که تحت تأثیر تغییرات در ماهیت عملکرد مذهبی قرار می گیرد، تحولی بنیادین در روش تفکر ما درباره مذهب را نشان می دهد.

معرفت علوم اجتمـاعی متعارف، ریشه در الگویی دارد که مـذهب را ماننـد سیاست متعلق به کل جامعه می دانـد پس جـدایی نهادینه حکومت و کلیسا در جامعهٔ مدرن، به مذهب امکان داد که تنها دو گزینه را انتخاب کند: این که ارزش های مذهبی به گـونه‌ای فزاینـده عمـومی شونـد و متعلـق به کـل بـاقی بماننـد، یعنی به صـورت جـامعه ای که بیش از پیش تکـثیر می شـود یا سرسختانه گروه گرا و خاص باقی بمانند و در نتیجه به قلمرویی جزیی و خصوصی منتقل شوند. تالکوت پارسونز دربارهٔ گزینه اول و پیتر برگر دربـارهٔ گزینه دوم نگره پردازی کرده انـد. در ادامه خواهیم دیـد مـذهب در ایالات متحـده، به طور معمول نه فرهنگ کل جامعه، بلکه زیرفرهنگ های فراوان خود را بیان کرده است، پس نبایـد آن را چنان که پارسونز می گوید به منزله آگاهی از کل یا چنان که برگر می گوید، آگاهی از حواشی تصور کنیم، بلکه آن را بیانی زنده از زبان گروه ها بدانیم.(۳)

پس آن چه در این چشم انداز متغیر مذهبی می بینیم، حساسیتی است که به طور ریشه ای این مفهوم دریافت شده را به چالش می طلبد که کنش مذهبی در سطح کل جامعه یا کل فرهنگ صورت می گیرد.

۱- Catherine Albanese (۱۹۹۸)

۲- R. Stephen Warner (۱۹۹۳)

۳- Warner (۱۹۹۳)

کار با این فرض شروع می شود که نمونه های گوناگون نگره سکولاریزاسیون، عقب نشینی مذهب را به حواشی و جاهای خاص ملاحظه کرده اند و به گمان خود شاهد زوال کلی اش بوده اند. تحلیل وارنر و آثار بیشتر پژوهشگران الگوی جدید حاکی از آن است که برخلاف نظر پیشین، گرایش به مذهب همچنان پرشور است، هر چند به شکلی که اساساً دستخوش تغییر شده است. در شرایطی که شکل، جایگاه و معنی سازی در مذهب دیگر فضاهای مرسوم را فرا نمی گیرد، مذهب همچنان زنده است. وارنر همراه با پژوهشگران دیگر اشاره می کند که، این نوع مذهب ریشه های عمیقی در جامعه آمریکا دارد. وی اشاره می کند که:

مذهب در ایالات متحده با پیچیدگی ها و کیفیات مناسب (الف) از حکومت جدا بوده، (ب) از نظر فرهنگی متکثر بوده، (پ) از نظر ساختاری قابل اقتباس بوده و (ت) اختیاری بوده است.(۱)

این ویژگی ها مذهب نوینی را تعریف می کنند که از آن سخن گفته ایم. وید کلارک روف یکی دیگر از شارحان الگوی جدید، رابطه مذهب با خودِ انسانی را بررسی می کند. چنان که دیده ایم این طرح در تجربه اجتماعی معاصر جزو عناصر بنیادین است و اساساً با فرهنگ معاصر ارتباط دارد. از نظر روف این وضعیت یکی از اساسی ترین منطق های گرایش مذهبی نوین را شکل می دهد. این معنا در جست وجوی مذهبی یا معنوی ژرفای خاصی دارد؛ زیرا تمرکز بر خود لزوماً نقش نهادینه یا مرجعیت کلیسایی را کمرنگ می کند و هم زمان

۱- (۱۹۹۳ Warner)

جست وجوی مذهبی یا معنوی را به صورتی می بیند که کم و بیش قابل تجدیدنظر است.

فرهنگ روان شناختی، تعریف خودِ انسانی را به منزله شکلی نامحدود و قابل تجدید تعریف می کند. با وجود این، خود می تواند مرزهای اجتماعی و هویت های موروثی را پشت سر بگذارد. از این جنبه حتی اگر تأثیر روان شناسی نزد بسیاری از گروه های کوچک بسیار گسترده و بالقوه گمراه کننده باشد، چنین گروه هایی نقش مهمی در مشارکت اعضای خود برعهده خواهند داشت که به آن ها یاری می دهد زندگی های شان را دوباره سازمان دهی کنند و اطمینان می دهد که می توانند از نو شروع کنند. این الگو به اندازه خودِ ایالات متحده قدمت دارد و به گونه ای است که آمریکایی ها همچنان آن را گرامی می دارند.(۱)

تأثیر این امر، جدایی فرد از ریشه های خود در مذهب است که به شکلی عمیق و گسترده انجام می شود. از نظر وارنر، تغییر تفکر دربارهٔ مذهب چیزی است که از حالت نسبت دادن، به تفکر و چیزی می رسد که فرد شخصاً آن را درمی یابد.(۲)

مهم ترین نکته در بررسی های ما این است که طرح مذهبی یا معنویِ خود کم و بیش جست وجویی مداوم برای بینش ها و منابع نوین، همچنین روش تازه ای برای خوداندیشی به صورت مذهبی یا معنوی است. ما هم چون روف می توانیم هویت مذهبی را روش خاصی تصور

۱- Roof (۱۹۹۹), pp. ۱۲۶-۷

۲- پل هیلاس و لیندا وودهد ((Paul Heelas and Linda Woodhead نیز مذهب در انگلستان را از همین جنبه تشریح کرده اند.

کنیم که خودِ انسانی برای تفکر مـذهبی یا معنوی برمی گزیند. البته وجه دیگر این حساسیت رابطه الزامی آن با نمادها، افکار و مراجع اکتسـابی است. در رونـد جست وجـو اهمیت این موارد کمـتر از گذشـته شـده است. وارنر نکتـهٔ مهمی را مطرح می سازد: این الگوی نوین مذهبی تا حدی همراه با اقناع یا توجه است.

این اختیارباوری نوین مـذهبی، نوعی فرآینـدِ گریز از مرکز است. این فرآیند، کیفیاتی را کنار هم قرار می دهد که هویت های جدیـدی می سازند .... پیوندهای انتسابی، گسسـته می شوند و تبدیل آن ها به مذهب می تواند به جای آن که ماهیت اساسـی تجربه مؤمنـان را از دیـدگاه خودشان تضـعیف سازد، آن را تقویت کنـد. از این منظر، انتساب اجتماعی (مـذهب اکتسابی) که واقعیت وجودی فرد را منکر می شود، اتفـاقی و غیراختیـاری شـمرده می شود، در حـالی که گرایش مـذهبی نوین، ارزش های فردی را گرامی می شمارد.(۱)

ولی این اختیارباوری نوین(۲) که روف و وُتناو آن را حساسـیتِ جویندگی می نامند، در عمل چگونه است؟ وارنر و روف هر دو ایـن نکته را روشن می سازنـد که گرچه شایـد معتقـدان به صـورت انفرادی این فرآینـد را کاملاً خودجـوش و خودمحـور بداننـد، در واقع بر پـایه ساختار تواریـخ رده های اکتسابی و اسـتنباط شـده تجربه مـذهبی از نظر اجتماعی است. جامعه پـذیری مـذهبی فرد یـا آشـنایی با فرهنگِ عملکرد مـذهبی (به یاد بیاوریـد که در فصل پیش چه چیز دربارهٔ نظریه های تعاملی گفتیم) وابسته به ارتباط با نمادهای دقیق فرهنگی هم‌چنین منابع، عملکردها و

۱- Warner (۱۹۹۳), p, ۱,۰۷۸

۲- new volunteerism

روابط مشخص فرهنگی است. تفاوت، در نحوه تنظیم رابطه فرد با این موارد است. آیا وی آن ها را تعیین کننده ایمان و اعمال خود می بیند یا آن ها را منابعی برای رسیدن به معنا و هویت خود در نظر می گیرد؟

در تمام این موارد روف، دیالکتیکی جالب در چیزی می یابد که آن را خودِ انعطاف پذیر می نامد، دیالکتیکی که میان علاقه همزمان به رها بودن و ریشه داربودن برقرار می شود.

در فرهنگ مذهبی که به شدت ذهنی است، مردم از جنبه روان شناختی بین موقعیت هایی در نوسانند که شاید خیلی ها آن ها را مرزهایی نفوذپذیر و تا حدودی مصنوعی می دانند. آن ها تکیه گاهی ثابت می طلبند که در عین حال درهایش به روی دیدگاه های گسترده دیگر باز است. این موقعیت ما را به یاد تفسیر رابرت جِی لیفتن، دربارهٔ خودِ انعطاف پذیر می اندازد که می خواهد در آن واحد آزاد و تثبیت شده باشد، موقعیتی که بسیار ظریف است.(۱)

عملکردی که از این وضعیت شکل می گیرد، در ملاحظات ما اهمیت ویژه‌ای دارد؛ زیرا بر اساس آن، فرد از طریق مصرف محصولات فرهنگی در کانونی قرار می گیرد که می تواند خودِ مذهبی اش را شکل دهد. وی بدون محدودیت ناشی از مقولات انعطاف ناپذیری که در مذهب اکتسابی وجود دارد با احساس آزادی آن ها را پشت سر می گذارد و به بازاری فرهنگی/نمادین وارد می شود. این بازار به نحو فزاینده ای مملو از منابعِ مرتبط با هدف مورد نظر او می شود. پرسش این است که چگونه وی با این بازار مواجه می شود و چگونه این منابع را برای شکل دهی به خودِ

۱- Roof (۱۹۹۹), p. ۱۳۲

مـذهبی یـا معنوی اش به کـار می گیرد؟ (البته چنان که پیش‌تر گفتیم، بـدون آن که بتوانـد کاملاً سـنت اکتسابی را پشت سر بگذارد). چنان که روف ملاحظه می کند:

این همان موقعیت کلی فردی است که درمی یابـد چقدر در چهارچوب یک سـنت قرار دارد ولی با این واقعیت به مقابله برمی خیزد که زنـدگی درونی شاید هرگز به طور کامل با سـنت اکتسابی شـکل نگیرد یا آن را در خود نگنجاند. هم‌چنین با جذب منابع دیگر، منابعی که غالباً در چهارچوب سـنت آن، به فرد بی توجهی می‌شود، امکان دسترسی به معانی جدید و پربار فراهم می شـود. فرد مؤمن در موقعیـتی مشـابه بـا کُلاژسـاز (هنرمنـدی که تصـاویر تکه کـاری را کنـار هم می چینـد) قرار می گیرد، موقعیت فردی که از انواع تصاویر، اصول نظری، نمادها، متون، رمزهای اخلاقی و نظام های معنوی نمونه هایی را برمی گیرد و در کنار هم قرار می دهـد. بدین ترتیب معنای مذهبی تازه‌ای را می یابد و به بینشـی می رسد که از نظر تازگی و خلاقیت جان تازه ای به او می‌بخشد.(۱)

این مورد، وجه تـازه ای به کـاوش مـذهبی می دهـد، وجهی که در این جا برای هـدف ما اهمیت دارد. این کاوش ها با معنای خاصـی همراه است، بدین صورت که، منابع یا بینش هایی وجود دارند که شاید سـنت دریافتی آن ها را سـرکوب کرده باشد. وقتی این منابع، خارج از این مرزها یا حتی در داخل بازار فرهنگی عامه پسـند قابل دسترس باشـند، فراینـد جویندگی، درک و تلفیق معانی برگرفته از منابع و زمینه های مختلف، اقناع کننده و دلپذیر می شود. در جایی دیگر بحث کرده ام که تنوع این

۱- Roof (۱۹۹۹), p. ۱۳۷

گرایش هـای سـرکوب شـده در تجربه مـذهبی، نمایان گر فهرستی است که شامل امر بصـری، چهارچوب، اُبژه ها، امر آیینی، موسیقی و خودِ تجربه می شود.(۱) در قلمروی رسـانه ها دامنه گسترده ای از منابع نمادین و غیره وجود دارد که این حالاتِ از تجربه را تـداعی می کنـد. آن که فراسوی سـنت هـای اکتسابی به جست وجوی فردی می پردازد، سـنت هایی که شایـد چنین گرایش هـا یا حالاتی را سـرکوب کرده یا کم ارزش جلوه داده باشـند، با یافتن منابع فرهنگی برای اصـلاح باورهای نادرست، رونـد جست وجو را با پویایی بیشتری همراه می کنـد. از سوی دیگر، باید این موضوع را به یاد داشـته باشـیم که منابعی که در قلمروی واسـطه اجتماعی با آن ها برخورد می کنیم، پیشـینه ای دارنـد، که غالباً از انواع گوناگون سـنت های مذهبی برخاسـته است. نباید این طرح یا نتایجش را امری کاملاً بدیع دانست. چنان که خود روف ما را از این امر برحذر می دارد:

پویـایی هـای معنویِ خودِ انسـانی، فوق العاده پیچیـده انـد. با وجود تمام چیزهایی که دربارهٔ معنویت در قالب موضوعی فردی گفته ایم، این اصـطلاح شامـل معـانی، نمادهـا، عملکردهـا و فرآینـدهایی می شود که از زنـدگی اجتمـاعی و برخوردهایش با مدرنیته و سنت مذهبی به

۱- Hoover (۲۰۰۳) در میان این شـیوه ها، آن گروه از مورخان هنر که به ادراک و فرهنگ مادی علاقه منـد هسـتند، توجه خاصـی به شـیوه بصـری نشان دادنـد. این دیـدگاه های جدیـد تأکید می کنند که با وجود آن چه به نظر تخطی رسـمی مراجع پروتستان (به طور اخص) از تصویرپردازی عامه پسند می آید، فرهنگ پروتستان در قرن ۱۹ و ۲۰ حجم متنابهی از آثار بصری را پدید آورد((Morgan ۱۹۹۹. تحلیل سالی پرامی که در این فصل ارائه شد، تا حدی به تناقض میان دیدگاه های مرجعیت یزدان شناسانه و تولید و تداوم تصویرپردازی عامه پسند از سوی دیگر می پردازد.

وجود آمده و با آن ها شکل گرفته است؛ به همین دلیل، معنویت را نمی توان فقط انتخابی فردی به شمار آورد.(۱)

بـا وجود این، نکته بـدیع، روش گردآوری منـابع و دخیـل کردن آن ها در هویت فردی است، چیزی که آن را روایتی از خود (خودبیـانگری) می نـامم. در فصـل بعـدی، بـا ذکر جزییات بیشتری به این موضوع خواهیم پرداخت، ولی مهم است که تفاوت میـان گفتمـان ها و منابع دریافتی را در نظر داشـته باشـیم، از جمله مرز بین اسـتنباط فرد از بـدیع و منحصـر به فردبودن روایات شخصـی و افکارش که از این منابع پدیـد می آینـد؛ نقشـی که شاید رسانه های سـکولارِ واسـطه در دسترسـی وی به این منابع برعهـده گیرنـد، هم‌چنین دست آوردی که شایـد لزوماً شامل روایتی از خود باشد و تمام این ویژگی ها را در قالب یک سازه در خود جای دهد.

آن چه رسانه ها می توانند انجام دهند

آن چه رسانه ها می توانند انجام دهند

تـا این جـا تصویری از رابطه متن رسـانه هـا بـا این جست وجو ترسـیم کرده ایم که عملکرد آن هـا را ایجاد فهرست نمادین از منابعی می داننـد که در اواخر دوران مدرنیته برای جست وجوی خودِ مذهبی یا معنوی در دسترس هسـتند. چنان که دیده ایم، تردیـد در ظرفیت رسانه های سـکولار برای ایجاد این منابع بی‌دلیل نیست. در واقع این رسانه ها هم‌چنان این کار را به گونه‌ای فزاینده پی گرفته اند. دغدغه های فراوانی دربارهٔ متون و

۱- Roof (۱۹۹۹), p. ۱۴۴

پیام های واسطه و نیز تأثیر بالقوهٔ آن ها بر زندگی ها یا علایق مذهبی مخاطبان جوان و سالخورده ابراز شده است.(۱)

به طور کلی این انتقادها در مقایسه با آن چیزی که مطرح کردیم نقش متفاوتی در زندگی های مذهبی دارند. چنان که گفته ام، این انتقادها رسانه ها را با دیدی ابزارانگارانه می‌نگرند. هم‌چنین رابطه رسانه ها با مذهب و معنویت را از جنبه تأثیرهای رسانه بر این امور می نگرند.

چنان که دیده ایم، برای تفکری متفاوت دربارهٔ این موضوع، دلایلی وجود دارد. برای نمونه برخلاف مفهوم ابزارانگاری، این تفکر وجود دارد که شاید رسانه ها بخشی از محیط فرهنگی را تشکیل دهند که امروزه در آن، خود مذهبی مان را می سازیم و هم‌چنین می توانند منابع نمادین مهمی در این مسیر برای مان فراهم آورند. منتقدانی که سعی دارند محتوای معنوی یا مذهبی را از طریق مشروعیتش بر اساس رده بندی های گرایانه یا کهن الگویی اکتسابی بسنجند، از چگونگی جویندگی نوظهور مذهبی غافلند که کل مفهوم مرجعیت اکتسابی را زیر سؤال می برد. این فکر که رسانه و پیام های آن را باید از جنبه مضامین و رده بندی های گسترده و جهانی نگریست هم، به نحو فزاینده ای مسئله ساز می شود؛ زیرا گرایش مذهبیِ نوظهور بر سر زندگی

۱- دربارهٔ بحث های مربوط به این نقدها و رابطه شان با فرهنگ عامه پسند به ویژه نمونه جالب در تحلیل گرایش به فیلم هایی که نوجوانان را مخاطب قرار می دهند و برنامه های تلویزیونی با مضامین شیطانی یا ویکان (فرقه ای مذهبی که به جادوگری مدرن اعتقاد دارند) نگاه کنید به۲۰۰۳) Clark) . دربارهٔ تأثیر رسانه ها بر مخاطبان به صورت کلی نگاه کنید به: ۱۹۸۹) Meyers (۱۹۹۲) Medved).

تجربه فردی و محلی تأکید می ورزد. استنباط های دوگانه از مذهب و رسانه ها نیز به دو دلیل مسئله ساز هستند: نخست، جویندگانی که انگیزش مذهبی دارند، نمی خواهند این رده بندی ها را تعیین کننده عمل خود بدانند؛ زیرا این ها از همان مرجعیت اکتسابی می آیند که آن ها زیر سؤالش برده اند. دوم، دلایل فراوانی وجود دارد که انتظار داشته باشیم محتوای آن چه زمانی رسانه های سکولار دانسته می شدند، اکنون با روندی رو به رشد، مذهبی شده است. پس این مرزبندی بیش از پیش مخدوش می شود. گسترش این بازار مذهبی_نمادین در رسانه ها و رابطه اش با گرایش های نوظهور مذهبی، در حوزه دید رادار نهادها، مراجع مذهبی و معنوی قرار دارد. این موضوع دلایل گوناگونی دارد، ولی یکی از جالب ترین آن ها به ماهیت و نقش تشکیلات مذهبی در قرن بیستم مربوط می شود. چنان که اشاره کردیم در نیمه آن قرن (موقعیتی که دربارهٔ پخش رادیو ـ تلویزیونی آشکارتر بود) مذهب‌ها و هم‌چنین، رسانه های تثبیت شده رابطه ای مناسب داشتند، چنان که رسانه ها مسئولیت فراهم آوردن امکان پخش برنامه های مذهبی و پوشش آن ها را برای تشکیلات مذهبی پذیرفته بودند.(۱)

این برنامه سازی، متناسب با درک شخصی از مذهب به عنوان نیرویی محوری، ثابت و مهم در چشم انداز فرهنگی بود. همین رویکرد، در نوعی پرداخت ژورنالیستی از مذهب به کار رفت و مناسب ترین شکل به شمار آمد، هم‌چنین دربارهٔ انواع دستمایه های مذهبی که در

۱- Rosenthal (۲۰۰۱)

رسانه های دیگر ظاهر می شدند. گمان می رفت رسانه های مناسب آن هایی هستند که آرزوهای والاتر و آرمان های مذهبیِ اواخر دوره مدرنیته را انتقال می دهند. این آرمان ها در ارتباط با مفاهیم عمومی تری دربارهٔ سلسله مراتب فرهنگی در میان تشکیلات آموزشی و فرهنگی بود. درست همان طور که رؤسای آموزشی در انگلستان و ایالات متحده، مدت ها این دیدگاه را ترویج می دادند که هنر والا می تواند ارتقادهنده، الهام برانگیز و مثبت باشد، در حالی که هنر نازل و عامه پسند، دست کم ضررش وقت تلف کردن است، هم‌چنین شاید می گفتند مردم را از نظر اخلاقی گمراه می کند. در اواسط قرن بیستم تشکیلات مذهبی نیز همین دیدگاه را درباره رابطه هنر (و به طور کلی فرهنگ) با مذهب داشتند.

سالی پِرامی مورخ هنر، ارتباطی بنیادین میان بحث های فرهنگی و آکادمیک مشابه که پژوهشگران رسانه ای با آن ها آشنا هستند و افکار رهبران تأثیرگذار در جنبش نو_ ارتدوکس(۱) را نشان داده که در بیشتر سال های قرن بیستم، دانشگاه های الهیاتِ پروتستان را تحت سیطره خود داشته است. شخصیت اصلی در این زمینه، پل تیلیچ(۲)یزدان شناس بود که به گفته پرامی ایده هایی را دربارهٔ فرهنگ نخبه گرا و فرهنگ عامه گسترش داد که برگرفته از مکتب تأثیرگذار فرانکفورت بود، هم

۱- :New Orthodoxy مکتبی مدرن در الهیات پروتستان که به دلیل بحران در سال های پس از جنگ جهانی دوم شکل گرفت و بنیان گذارانش برخلاف جنبش لیبرال پروتستان که بر تطبیق مسیحیت با علم و فرهنگ غربی تأکید می ورزید، بر این اعتقاد بودند که شناخت خداوند از طریق وحی و الهام میسر است، (م.)

۲- Paul Tillich

چنین افکار این مکتب دربارهٔ سیطره ایدئولوژیک که از طریق رسانه های جمعی برقرار می شود.(۱) از دیدگاه تیلیچ، هنر والا را می توان فقط عاملی هنجاربخش در کنکاش مذهبی یا معنوی دانست. باید از ارائه هنر نازل در رسانه های جمعی اجتناب ورزید.

نقد تیلیچ، هم چون مکتب فرانکفورت مبتنی بر دو مفهوم بود: هنر کفرآمیز عوامانه (که رسانه های جمعی جزو تجلیات آن به شمار می‌آمدند) تنها ضررش، منحرف کنندگیِ آن بود؛ حتی اگر عملاً باعث گمراهی مؤمنان حقیقی نمی شد. رسانه های جمعی در محور فرهنگ عامه قرار داشتند که همواره ظرفیت ایجاد سلطه ایدئولوژیک را دارند و بنابر ماهیتشان، چنان که در اروپای پیش از جنگ جهانی دوم می بینیم به سوی فاشیسم می گرایند.(۲)

این تفکر دربارهٔ رسانه ها هم زمان با گرایشی عمومی در محیط های دانشگاهی (هم دانشگاه های الهیات و هم دانشگاه های سکولار) برای پرهیز و حتی نفی فرهنگ عامه پسند یا نازل در حکم فرهنگی ناقص، ناپخته و سطحی است که دور از روشنگری حقیقی استنباط می شد. گفتنی است که گرایش و عملکرد مذهبی ای که تیلیچ و همکارانش تصور می کردند، بسیار متفاوت از گرایش نوظهور مذهبی است که درباره آن بحث می کنیم. انتخاب گری نوین مذهبی (به اصطلاح وارنر) خود را کاملاً قادر به جدایی گندم مذهب از سبوس آن می داند و می خواهد

۱- Sally Promey (۱۹۹۶). هم چنین در Koch (۲۰۰۱)بحثی جامع دربارهٔ نگره انتقادی و رابطه اش با اُبژه های بصری مطرح شده است.

۲- Promey (۱۹۹۶), pp. ۱۵۶-۶۰

طیف گسترده ای از منابع فرهنگی را بررسی کند، به این امید که بتواند تکه هایی از اصالت یا حقیقت در آن ها بیابد. افزون بر آن جایی که درک قدیمی تر از روشنگری مذهبی در عملکردی پنداشته می شود که همواره تا حدی خود را از فرهنگ جدا می کند، به نظر می آید که علاقه مندان اختیارباوری نوین، همواره طالب نوعی روشنگری هستند و مطابق با منطق جویندگی فردی خود همواره آن را در جایی که می توانند، در فرهنگ عامه پسند یا غیره می یابند. به نظر می آید این خودباوری برای برخی از بررسی کنندگان دردسرساز بوده است.

رابرت بِلا(۱) و همکارانش در کتاب راه و رسم دل، از نخستین کسانی بودند که این جویندگی یا کاوش را در محور هویت مذهبی ـ معنوی شناسایی کردند؛ البته آن ها تردیدهای فراوانی برای این پدیده ابراز داشتند و نگران بودند که این عملکرد فردی نتواند دیدگاه مذهبی مناسب و سالمی در سطح جهان ارائه دهد و به خودشیفتگی تبدیل شود. وارنر به این نگرانی اشاره می کند و می نویسد:

مؤلفان راه و رسم دل به دقیق ترین شکل دربارهٔ این گرایش های فردی ابراز نگرانی کردند. آن ها تشخیص دادند که آمریکایی ها صرف نظر از شدت فردگرایی شان، می ترسیدند که چنین انجمن هایی تنها به قلمروهای بسته روزمرگی تبدیل بشوند، اصطلاحی که برای اشاره ضمنی به سطحی بودن و خودشیفتگی به کار بردند... در واقع نوعی فرضیات دربارهٔ جامعه و سنت وجود دارد. این ها معمولاً به انتخاب فردی مربوط نمی شوند. نمی خواهم

۱- Bellah (۱۹۸۶) in book: Habits of the Heart

دغـدغه های بِلا و همکارانش را نفی کنم، ولی شواهـدِ زیادی وجود دارد که نشان می دهد افرادی که مذهب‌های مختلف را بررسی می کنند، از نظر اخلاقی جدی هستند.(۱)

به دلیل آن که کاوش مذهبی بالقوه می تواند جویندگان فردی را به انزوا و بی اعتباری بکشاند، ممکن است خطرناک شمرده شود. ولی وارنر نظر می دهـد که بنابر پژوهش های مـذهبی نوین، افراد به عملکردهایی روی می آورنـد که مذهب، ادراک و در نهـایت هویت را بازسـازی می کنـد. در این جـا وظیفه مـا تلاـش برای درک این موضوع است که چگونه عملکردهـایی بر زمینه فرهنگ رسانه ای شکل می گیرند.

جویندگی به وسیلهٔ رسانه ها

اشاره

جویندگی به وسیلهٔ رسانه ها

شاید به دلایلی معتقد باشیم حساسیت مذهبی نوظهور، (آن چه جویندگی نامیده ایم) در مقایسه با دوره های پیشین، سازگاری بیشتری بـا فرهنـگ و رسـانه هـا دارد، در عین حـال، ممکن است انتظار نداشـته باشـیم پدیـده ای یکپارچه یا یکنواخت باشـد. موضوع مورد بحث به گونه ای است که انتظار می رود تمام گرایش های مـذهبی معاصـر به آن بپردازند، به ویژه از نظر رابطه آن با دستمایه های فرهنگی ای که در رسانه ها وجود دارد. از سوی دیگر، باید انتظار داشته باشیم که در کل

۱- Warner (۱۹۹۳), p. ۱۰۷۶

این عرصه، میان افراد و گروه های مفسر تفاوت هایی وجود داشته باشد که بر اساس جمعیت شناسی اجتماعی، مذهبی و نیز مسیرها و تواریخ متفاوت زندگی تعیین بشود. روف نوعی رده بندی از گرایش های مذهبی فراهم آورده که برای نمونه در نسل دوره افزایش زاد و ولد آمریکا وجود داشته است و شاید ضمن بررسی چگونگی قرار گرفتن این رده های مختلف در کنار تاریخ مذهبی، به مرحله بعدیِ تحلیل برسیم. هم‌چنین عملکرد مذهبی، امر مذهبی و تجربه اجتماعی، جهت گیری به سوی سنت و مرجعیت مذهبی و مذهب/معنویت در فرهنگ رسانه ها اهمیت دارد که هر یک از این موارد را به ترتیب بررسی خواهیم کرد.

مسیحیان بازمتولد۱

مسیحیان بازمتولد(۱)

روف در نسل سال های پس از جنگ آمریکا، زیرمجموعه مهمی را یافت که به دلیل از سرگذراندن رستگاری شخصی، خود را مذهبی می شمرد. این موضوع ریشه های گسترده و ژرفی در فرهنگ مذهبی آمریکا داشت؛ البته در پایان قرن بیستم، عنوان بازمتولد در حکم عنوانی بازتابنده اهمیت یافت که همزمان با ظهور اوَنجلیکالیسم بود.

چنان که روف اشاره می کند، این نوعی ایمان بسیار شخصی است و از این نظر، وجه اشتراک فراوانی با گرایش کلی نسبت به فردگرایی در موضوع‌های ایمانی دارد. به گمان خیلی از بازمتولد ها اهمیت عضویت یا مشارکت در کلیساهای متعارف، از تجربه ایمان کمتر است؛ به عبارت

۱- :born-again این اصطلاح دربارهٔ مسیحیان (و افراد دیگری) به کار می رود که به شناخت و ایمان شخصی و تازه ای از مسیحیت رسیده اند. می توان آن ها را نوآیین هم خواند (م.)

دیگر، از نظر آن ها، آن چه هستند از این که کجا هستند، اهمیت بیشتری دارد. بدان معنا که، آن هایی که خود را چنین تصور می کنند، شاید به راحتی عضو گروه های کلیسایی شوند. چنان که روف اشاره می کند، شاید این احساس را بتوان در بنیادگرایی قدیم یافت. امروزه این احساس وجه اشتراك بیشتری با خودِ درونی و پویایی خودمحور دارد که در بخش عمده فرهنگ آمریکا تبیین شده است. هم چنین، نسبت به پیش از ورود نسل دوره افزایش زاد و ولد آمریکا، بازتابندگی بیشتری نشان می دهند؛ چنان که در دوره پیش، مذهب محافظه کارانه تر بود. کلیساهای نمونه وارِ این گروه نوظهور، کلیساهای جویندگان یا اَپوستلیک در مقایسه با بنیادگراها بیشتر به منطق محاوره(۱) گرایش دارند.(۲) از این گروه، چه رابطه ای با رسانه را می توانیم انتظار داشته باشیم؟ می توان استدلال کرد که اوَنجلیکالیسم در حکم یک جنبش، نسبت به کاتولیک باوری یا پروتستان باوری ــ که به آن ها اشاره کرده ایم ــ از نظر تاریخی جهت گیری بیشتری در برابر رسانه ها داشته است.

این موضوع در جنبش اوَنجلیکال، برگرفته از الهیاتی است که رویکرد اوَنجلیسم یا هم کلامی(۳) را در کانون توجه قرار می دهد و رسانه های ارتباطی مدرن را به منزله ابزارهایی مناسب برای این فرآیند

۱- dialogism

۲- (Roof (۱۹۹۹

۳- اشاره به مرجعیت انجیل و گفت وگوی دینی است که جزو ارکان اونجلیسم محسوب می شود. (م.)

قلمداد می کند.(۱) نقـد نوـ ارتـدوکس از فرهنگ رسانه ها که پیش‌تر دربارهٔ آن صحبت کردیم و کلاً شاکله فکری جنبش مـذکور، ایـن گرایش را شـناختند و آن را برای تلفیـق افکـار پیرامـون مـاهیت خـام و نـافرهیخته فرهنـگ عـامه و اسـتفاده اوَنجلیکالیسم از آن مناسب تشخیص دادند.(۲)

می تـوان انتظـار داشت که اوَنجلیست هـا علاقه بیشـتری به تصـویرپردازی واسـطه نشـان دهنـد. به طـور کلی جـامعه شـناسان، اوَنجلیکالیسم را با گرایش های عمیقی که در نوعی سـخت گیری دارد، مشخص کرده اند.(۳) همان طور که هیدر هندرشات و لین شـفیلد کلارک در تحلیل خود درباره اوَنجلیکال ها و رسانه ها بر زمینه فرهنگ جویندگی نشان داده اند، شاید اسـتنباط این مکتب از داوری دربـارهٔ محصولات فرهنگی و رسانه ای که برخاسـته از میراث جـدیت و سـخت گیری است، عامل مهمی باشد.(۴)

این موضوع باعث می شود انتظار داشـته باشـیم که رابطه این هواداران با رسانه ها پیچیـده باشـد. از یک سو این مفهوم به طور کلی پـذیرفته شـده که رسانه ها می توانند زمینه ای مناسب برای مذهب و معنویت ارائه دهند؛ البته این موضوع با نوعی سـلیقه طبقاتی نیز همراه خواهد بود.

۱ـ Hendershot (۲۰۰۴)، یکی از داستان های جالب، گزارشی از سال ۱۹۹۹ است که قرار بود گروهی اونجلیکال به نام دی استار، دوربینی اینترنتی را بر دروازه شرقی بیت المقدس قرار دهند تا ورود دوباره مسیح در آغاز هزاره جدید را ثبت کند. نک به: (Silverman, ۱۹۹۹)

۲ـ Morgan (۱۹۹۹)

۳ـ Stark and Bainbridge (۱۹۸۵)

۴ـ Hendershot (۲۰۰۴) and Clark (۲۰۰۳)

اوَنجلیکالیسم به طور سنتی و از نظر جمعیت شناسی به طبقات فرودست گرایش داشته است (هر چند این وضعیت در سال های اخیر تغییر کرده)، در همان حال، اوَنجلیکال ها بیش از دیگران، ارزش های موجود در رسانه های سکولار را به نقد می کشند و در برابر این فکر که شاید رسانه های غیرمسیحی محمل مناسبی برای جست وجوی بینش مذهبی یا معنوی باشند، بیشتر تردید می کنند.

مؤمنان معاصر۱

مؤمنان معاصر(۱)

به گفته روف، بهترین تعریف از گروه یادشده این است که خود را با گروه های ایمانی قدیمی یا بنیادین همراه و همدل می دانند، گروه هایی که در اواسط قرن گذشته، کانون چشم انداز مذهبی قرار داشتند. آن ها مایل بودند خود را معاصر بشمرند.(۲) برای آن ها تداوم پیشینه مذهبی اهمیت دارد و مذهب نیز که سنتی مشترک و مهم است. برخلاف بازمتولد ها برای آن ها این که کجا هستند نسبت به آن چه هستند، اهمیت بیشتری دارد. آن ها مذهب را جزیی از میراث خانوادگی و سنت نیایش خود می دانند. نکته مهم آن که، روف بیان کرد آن ها غالباً بازخوردی منفی دربارهٔ موضوع بازمتولدیّت دارند و نمی خواهند خود را

۱- Mainstream Belivers می توان متناسب با تفسیر عقاید این گروه، معادلی چون مومنان جریان اصلی را هم برای این اصطلاح به کار برد. با این همه معادل های دیگری چون مومنین عرف گرا و متعارف هم وجود دارند. از آن جا که عرف گرایی یا عرفی سازی از شاخصه های سکولاریسم است و در این کتاب، کنار مومنین معاصر از سکولارها هم نام برده شده، لذا برای تفکیک، از عبارت مومنین معاصر بهره می بریم. (م.)

۲- این داوری بر زمینه سیاست های مذهبی ایالات متحده طی سال های پس از ۲۰۰۴ در حال تغییر است. نگاه کنید به فصل ۸.

جزو آنان به شمار آورند. برای این گروه انعطاف و تسامح نیز اهمیت دارد.

هر یک از اعضای گروه مؤمنان معاصر، می توانند موانع سنتی را کنار بگذارند و یهودیان، کاتولیک ها، پروتستان ها و مذاهب تازه مهاجرت کرده‌یی چون بودیسم و اسلام را هم به جمع خود بیاورند. برای آن ها تمایزات، اهمیت کمتری دارد و به نظر می آید حتی بیش از بازمتولد ها در مرزهای ایمانی به جست وجوی منابع فرهنگی می پردازند. در این جا نیز مانند دیگر موارد، خود، موضوع مهمی است و آن ها در توافق با دیگران می پذیرند که منابع سنتی نهادهای مذهبی، برای تحقق خودِ مذهبی کافی نیستند. آن ها با نمادگرایی و زبان مذهبی به ویژه آن چه نزد پروتستان ها است، بیگانه اند و خرد و مسئولیت عملی را اساسی می شمارند. از دیدگاه مؤمنان معاصر، این موضوع در تضاد با افراط گری های بازمتولدان و سنتی ها است، یعنی کسانی که آن ها را بسیار انعطاف پذیر و یا جزم اندیش می دانند. از نظر آن ها جویندگان مابعدالطبیعه نیز بسیار غیر قابل اتکا یا نسبت به ارزش های مذهبی بی تفاوت هستند.(۱) روف معاصران را بین این جا و آن جا توصیف می کند که مسیح را ناجی و معلم، رستگارکننده و معلم اخلاق می دانند. به گفته روف، آن ها تضاد جالبی با بازمتولد ها دارند:

بازمتولد ها زبانی شخصی دارند، ولی برای ایجاد ارتباط با فرهنگ زنده و گذشته مذهبی باید فعالیت کنند. معاصران در جست وجوی واژه نامه تازه ای هستند، ولی باید برای ایجاد فاصله

۱- Roof (۱۹۹۹)

میان خود و گذشته اوَنجلیکال یا حتی تشکیلات قدیمی تر فرهنگی یا مذهبی که بسیاری از ایشان در آن ها بالیده‌اند، تلاش کنند.(۱)

دربارهٔ چگونگی ارتباط این گروه با فرهنگ رسانه ای، می توانیم موارد متعددی را پیش بینی کنیم. نخست آن ها گروهی هستند که از جنبه الهیات بیش از همه با نقد فرهنگ انبوهِ نو_ ارتدوکس، ارتباط دارند. پس زمینه مذهبی ای که آن ها خود را جزیی از آن می دانند، همیشه نسبت به ارزش ها و ماهیت رسانه ها بدبین بوده است.(۲) به نظر می آید این حالت مرتبط با سلیقه طبقاتی باشد؛ زیرا برخی از اعضای این گروه فرهنگ والا یا نخبه را برتر از فرهنگ عامه پسند یا نازل می شمرند.

در حالی که آن ها خود را با دیگر گروه ها می‌سنجند، شاید این وضعیت، حالتی آگاهانه از ایجاد تمایز برای خودشان را داشته باشد، به ویژه زمانی که خود را با بازمتولدها مقایسه می کنند. هم زمان، شاید خودآگاهی بازتابنده آن ها بر این تفاوت، باعث شود از نوعی داوری دربارهٔ ارزش های رسانه های انبوه بپرهیزند، ارزش هایی که گویا نزد بازمتولدها بیشتر اعتبار دارد. افزون بر این تا جایی که انتظار داریم رسانه ها نوعی معاصربودن فرهنگی رو به تکامل را، از نظر محصولات کلی ارائه می دهند، اعضای این گروه بیش از همه با معاصربودن در شرایط فرهنگی هم ذات پنداری دارند. آن ها نیز مانند دیگران برای نگریستن به برخی از دغدغه ها در فرهنگ رسانه ها انگیزه دارند، این انگیزه منابعی را شامل می‌شود که مرتبط با جست وجوی

۱- Roof (۱۹۹۹), p. ۱۹۷

۲- Rosenthal (۲۰۰۱)

مذهبی ـ معنوی آن ها برای کشف خود است. اگر چنان که روف نظر می دهد آن ها نسبت به فرهنگ های دور از خود، کمتر داوری می کنند و حتی کمتر آن ها را می پذیرند، می توانیم انتظار داشته باشیم که آشکارا به آن دستمایه های رسانه ایی بگرایند که برای شان منابع و بینش هایی از فراسوی محیط فرهنگی کنونی شان می‌آورد.

معتقدان و جویندگان مابعدالطبیعه

معتقدان و جویندگان مابعدالطبیعه

کسانی گروه اصلی گرایش جویندگی را تشکیل می دهند، که بیش از همه آگاهانه خود را از سنت جدا کرده اند. به گفته روف، آن ها روایت خاص خود با نام پل سوزی(۱) را دارند که وجه اشتراک ایشان با یکی دیگر از گروه های ایمانی گذشته را تشکیل می دهد و مشابه با روایت بازمتولدها از رستگاری است. به گفته روف، آن ها را با عناوین خاصی می توان شناخت؛ از جمله بر اساس ارتباط هایی که با ویکا،(۲) ذن بودیسم، ارتباط با ارواح،(۳) گذشته گراها،(۴) همچنین مرشدان یا مسیرهای معنوی و در نهایت معنویت فِمینیستی دارند. البته برخی از آن ها از عنوان گریزانند و از پذیرفتن آن سر باز می‌زنند. در عوض معنویت یا جست وجوی مذهبی را ترجیح می دهند. وجه اشتراک آن ها با معاصران تطبیق پذیری با واقعیت های متغیر است. روف مانند دیگر پژوهشگران

۱- Bridge-Burning

۲- :Wicca فرقه ای مذهبی که در دوره مدرن به مطالعه جادوگری می پردازند. (م.)

۳- :Channeling یکی از روش های ارتباط با ارواح که در آن یک فرد واسطه روحی از جسم خود خارج می شود و به روح امکان می دهد تا از طریق جسم وی با دیگران ارتباط برقرار کند و سخن بگوید. (م.)

۴- :New Age جنبشی گسترده که مشخصه آن، رویکرد به فرهنگ سنتی غرب است. طرفداران این جنبش علاقهٔ ویژه‌ای به روحانیت، عرفان و کلیت باوری دارند. (م.)

اشـاره می کنـد که این احساسات، ریشه های ژرفی در تفکر نوین قرن ۱۹ و جنبش های مابعـدالطبیعه دارد. به هر حال، آن ها ثنویت های قـدیم را نفی می کنند و آن ها را رده بندی های منسوخ می دانند. آن ها مفاهیم جنبشـی و کلیت باورانه(۱)دربارهٔ وجود و کنش انسان را ترجیح می دهند. به نظر روف، این رده بیش از همه به مذهب گنوسی مسیحی نزدیک است، چنان که به مفهومی شـهودی از مذهب و معنویت بدون وساطت مرجعیت نهادینه یا کلیسایی اعتقاد دارد. روف آن ها را گروه اصـلی و نمونه ای طرح مذهبی خود می داند که گیدنز شـکل گیری آن ها را پیش بینی کرده است. آن ها بازتابنده، خودآگاه و بسیار کمال گرا هسـتند ولی ــ مهم تر از همه ــ انعطاف پذیرنـد، چنان که تطبیق پذیری آن ها نیز یکی از ویژ گی هایشان به شـمار می رود و هم نوعی خودــ ارزیابی آگاهانه یا بازتابنده است.

از سـوی دیگر، ایـن گروه برای بررسـی مـذهبی و درک معنی در فرهنـگ رسـانه هـا اصـلی تریـن گروه اسـت. اگر چنـان که اسـتدلال کرده ایم، فرهنگ رسانه ها در حکم جایگزینی برای مذهب سـنتی به شیوه های مهمی عمل کند، انتظار می رود این گروه بیش از همه فعالانه دست انـدرکار آن شود. در واقع، شواهـد فراوانی نشـان می دهـد که فرهنـگ رسانه ها به این مسـیر پیش می رود. بسـیاری از موج هـای اخیر در برنـامه هـای سـرگرم کننـده تلویزیونی که جهت گیری معنوی دارنـد، به بررسـی اموری معنوی از جمله آن هایی پرداخته اند که مورد علاقه این

۱- holistic

جوینـدگان هسـتند. انتقادهایی که محافل مـذهبی محافظه کار از چنین برنامه هایی انجام می دهند، باعث می شود جدیت این برنـامه هـا برای اعضـای گروه بیشتر شود. این واقعیت که چنین منـابعی در بـازار آزاد و خارج از کنترل نهادها یا مراجع سـنتی وجود دارنـد، باعث می شود که در نظر آن ها جـذابیت و جـدیت بیشتری بیابنـد. فرهنگ رسانه ای کالایی شـده نیز، طیفی از منابع را برای این احساسات مختلف در رسانه های نوین و رسانه های تخصصـی مناسب از جمله نشـر مجلات فراهم می آورد. نکته مهم این است که بـدانیم فراهم آوردن دسـتمایه هـای پیوسـته به این احساسات از لحاظ مصـرف و دریافت چگونه است. شاید پرسـش جالب تر مرتبط با معاصـرانی باشد که پیش تر دربارهٔ آن ها بحث کردیم. آن ها باید به بسـیاری از همان منابعی جلب شوند که این گروه را معرفی می کنند. میزان جدیت این رسانه ها برای گروه های مختلف مسئله مهمی خواهد بود.

جزم اندیشان

جزم اندیشان

در حـالی که گروه جوینـدگان دوست دارنـد معنوی اما نه مـذهبی توصـیف شونـد، گروه جزم انـدیشان درست به عکسِ این وضـعیت تمایل دارنـد. بنابر طبقه بنـدی روف، آن ها بیش از همه به شـکل های ظاهری مذهب توجه دارند و به شدت مذهبی هسـتند. وی آن ها را به عنوان حامیان مذهب نهادینه توصـیف می کند: «نهادهایی که در گذشـته ای نوسـتالژیک منجمد شده اند.» بهترین راه برای درک این گروه، توجه به تضاد آن ها با سه گروهی است که پیش تر به آن ها اشاره کردیم. هر یک

از آن گروه هـا، رویکردی را به مـذهب تبیین می کنـد که امتیازهـا و قـدرت هـای مرجعیت دریافتی را زیر سؤال می برد. این جزم انـدیشان بیشـتر به چنین مرجعیـتی تـوجه دارنـد؛ ولی در حقیقت علاقه آن هـا به گذشـته ای است که در ذهن دارنـد، به یادشان می‌آید و به آن حس نوستالژی یا غم غربت دارند. آن ها غیرمستقیم این انتقاد را می پذیرند که وقتی نهادهای امروزی تلاش می کننـد با زنـدگی های جاری ارتباط داشـته باشـند، جزم انـدیشان می خواهنـد به گذشـته ای باثبات تر و محسوس تر بازگردند. روف، روایت‌های جزم اندیشان را به این صورت توصیف می کند:

بیش از آن که بی روح و بسته باشد، فرمولی است.

بیشتر اعضـای این گروه بـا تربیت کـاتولیکی هسـتند و نزد گروه هـای محـافظه کـار پروتسـتان پرورش یـافته انـد. شـبکه هـای اجتماعی آن ها، مکان هایی برای نیایش می خواهند. هم‌چنین از نظر تحصیلات و موقعیت اجتماعی_اقتصادی در مراتب پایین تری قرار دارنـد. روشن تر آن‌که، رابطه این گروه بـا فرهنگ رسانه ها چنـدان مساعـد نبوده و با قضاوت عجولانه همراه است. دشوار می توان تصور کرد که آن هـا برای یـافتن بینش ها، الهام ها یا منابع مرتبط با مـذهب یا معنویت (اصـطلاحی که آن ها چندان تمایلی به اسـتفاده از آن ندارند) خارج از سنت ها یا نهادهای خود بروند. به نظر بعید می رسد که آن ها زندگی رسانه ای خود را بـا زنـدگی مـذهبی شـان مرتبـط سازنـد، هم چنین بعیـد است که از رسانه های وابسـته به فرهنگ سـکولار یا رایج استفاده کنند.

سکولار ها

سکولار ها

این گروه دوست ندارنـد خود را مذهبی یا معنوی معرفی کنند. کسانی که در محیط های اصـلی پروتسـتان پرورش یافته اند از نظر موقعیت اجتماعی اقتصادی و تحصـیلات در مرتبه بالاتری قرار دارنـد و می تواننـد اعضای به اصـطلاح طبقه دانش باشـند. روایـات آن هـا نیزماننـد گروه معاصـران بیشتر وجه منفی دارد. برای آن هـا آسـان تر است که خود را بر اسـاس چیزهایی که نیسـتند توصـیف کننـد. آن هـا از سـنت دور هسـتند و سـنت، اهمیت چنـدانی برای شـان نـدارد. روف، آن هـا را به طور کلی لامـذهب یا غیرمـذهبی و نه ضـد مذهبی توصـیف می کند؛ ولی آن ها نیز هم چون بسـیاری از گروه ها مذهبی دیگر در برابر خودآگاهی و خودبازتابنـدگی دارنـد که البته آن را متفاوت با دیگر رده بنـدی های عملکرد مـذهبی بیان می کنند. ولی مواد مصـرفیِ رسانه ای ــ فرهنگیِ سـکولار ها چیست؟ آن ها بسـته به سـطح تحصـیلاتشان از رسانه های عامه پسـند می پرهیزند و برنامه های رادیو_تلویزیونی دولتی را بر برنامه های تجاری ترجیح می دهند. به دلیل رابطه شان با مذهب و معنویت به جسـت وجو یا استفاده از برنامه های مذهبی یا مرتبط با مذهب در قلمروی رسانه ها تمایلی ندارند.

در این جا مهم است دوباره تصـریح کنیم که این رده بندی ها برگرفته از مجموعه خاصـی از مطالعات هستند و به طور کلی با نسل سال های پس از جنگ جهانی دوم در آمریکا مربوط هستند. رابطه آن ها با نسل های بعد به قدری تأمل نیاز دارد. روف در چنین موقعیتی احتمالاً

استدلال می کند (هم چون خود من) که مطالعاتش حاکی از لحظه ای انتقالی در تکامل فرهنگ مذهبی است و می توان انتظار داشت افرادی که به دنبال نسل دوره افزایش زاد و ولد آمریکا پا به عرصه حیات گذاشتند، شباهت زیادی به آن چه اکنون می بینیم، دارند. در عین حال شاید انتظار داشته باشیم که طبقه بندی متفاوتی در مطالعه ما پدید آید؛ زیرا پرسش‌های گوناگونی مطرح می شود. ما بیش از روف به روش شکل گیری هویت مذهبی در پیوند با منابع فرهنگی هم چون محصولات قلمروی رسانه ای علاقه مندیم. همان طور که در فصل های بعد خواهیم دید، به این موضوعات در زمینه قلمروهای محلی زندگی خصوصی هم خواهیم پرداخت که پرسش ها و ملاحظات دیگری را در مصاحبه ها و بررسی ها مطرح می سازد. یکی از ارزش های رویکرد روف به گردآوری اطلاعات این است که، به ما امکان می دهد جنبه های مهمی از تحلیل او را تفکیک، آن ها را ساخت شکنی و بازسازی کنیم و این کار را در پیوند با طرح خودمان انجام دهیم که آن هم ساخت شکنی و بازسازی می شود، البته موفقیت این کار در عمل نشان داده خواهد شد.

چنان که پیش‌تر ملاحظه کردیم، در بین تمام رده بندی ها معتقدان و جویندگان مابعدالطبیعه بیش از همه به کاوش و استفاده از محصولات مذهبی یا معنوی در قلمروی رسانه ها تمایل دارند. علاقه آن ها به موضوعات مذهبی و معنوی، فراسوی رده بندی های اکتسابی است؛ هم‌چنین پرهیزشان از چنین سنت هایی آن ها را در موقعیتی قرار می دهد که در چهارچوب فرهنگ گسترده تری به جست وجوی منابع برمی‌آیند. جالب آن که، ایشان احساسات مشترک و تأمل برانگیزی با دیگر رده ها

نیز دارنـد. گروه مابعـدالطبیعه ها وجه اشتراکی با مؤمنان معاصـر و تا حدی با بازمتولد ها دارند که همانا جهت گیری به سوی فردیت (دور از نهادها یا کلیساها) و منطق فردی برای سازماندهی زندگی معنوی شان است.

هنگامی که به بررسـی ادراک مـذهبی یا معنوی در عصـر رسانه ها می پردازیم، از رده بنـدی های روف اسـتفاده خواهیم کرد البته نه صـرفاً در حکم ساختاری استقرایی(۱) که بر پس زمینه آن، مصاحبه ها و نتایـج ناشـی از این مصاحبه ها را طبقه بنـدی کنیم. در عوض، شایـد این ها به ما کمک کننـد نگاهی به روایات خود بینـدازیم و چگونگی رشد فرهنگ های مذهبی ای را که بازنمایی می کنند، بفهمیم.

ما نیز هم چون خود روف، می کوشـیم بفهمیم چگونه درک این روایت ها ناشی از ترکیب تاریخ، خودآگاهی، ایجاد هویت، آرزو و عملکردهای زنـدگی روزمره و تجربه روزمره هسـتند و ما در جست وجوی چیزی هستیم که در زندگی های مذهبی و معنوی بـا آن هـا مواجه می شویم، قصـد و آرزو می شود. افزون بر آن، همگـام با روف و وارنر بیش از همه به آن چه در رده بندی های دریافتی دیگر به دست می آید، یا به آن ها نسبت داده می شود، علاقه نشان خواهیم داد. در فصل بعدی این فرآیند را با تأمل دربارهٔ چالش های استفاده از این نوع پژوهش، برای ادراک معانی در عصر رسانه ها آغاز خواهیم کرد.

۱- inductive

پاره چهارم: تبیین زندگی و فرهنگ در عصر رسانه ها: روایات موجه درباره خود

اشاره

پاره چهارم: تبیین زندگی و فرهنگ در عصر رسانه ها: روایات موجه درباره خود

دستور کار پژوهشی ما ساده است. می خواهیم مسیری را ترسیم کنیم که در آن، انواع زندگی مذهبی و هویت مذهبی در پیوند با فرهنگ رسانه ها شکل می گیرند. کارمان را با پرسشی صریح آغاز کردیم، این که چگونه ظهور رسانه ها در حکم عنصری بنیادین در زندگی مدرن ـــ به ویژه اخیراً ـــ بر مذهب تأثیر گذارده است و چنان که دیده ایم [در پاسخ به این پرسش] بخش عمده ای از افکار و پژوهش ها درباره رابطه رسانه ها و مذهب نیز خود آشکار می شود. البته هم زمان، این پرسش ساده که رسانه ها چه تأثیری می توانند بر مذهب داشته باشند، مجموعه ای از موضوعات پیچیده و جالب را مطرح می سازد. هرچند ما صحنه را برای ورود رویکردی متمرکزتر آماده کردیم: ما «می رویم و

می پرسیم» یا دقیق تر بگوییم به گفت وگو با آدم های واقعی، دربارهٔ نحوه استفاده آن ها از رسانه ها، روش تفکر آن ها درباره مذهب و معنویت و رابطه بین این موارد در زندگی شان خواهیم پرداخت.

در این فصل، راهبردی را برای پژوهش دربارهٔ رابطه مذهب و رسانه در این اساسی ترین و بحث انگیز ترین سطح مشخص می کنم؛ این که در بین مخاطبان گوناگونِ رسانه ها، افراد و گروه ها کجا با متون رسانه ای مواجه شده و درگیر رسانه ها می شوند. ما با دنبال کردن پیشنهاد وِید کلارک روف در فصل پیش می خواهیم به منابع نمادین یا فهرست نمادین موجود در قلمروی رسانه ها بپردازیم. همان عملکردهای مصرف، تعامل و تبیین توسط مخاطبان که از طریق آن ها به منابع فوق و تجربیات افرادی که درگیر این فرایند ادراکی هستند، دست می یابیم.

پیش‌تر تا حدی تاریخ و پیچیدگی پژوهش درباره مخاطبان رسانه ها و درک آنان از رسانه را بررسی کردیم. نخست دیدیم که چگونه رسانه ها و پژوهش ارتباطات جمعی، همراه با ظهور قلمرو رسانه ها در حکم پدیده ای تکنولوژیک و اجتماعی گسترش یافت. آن چه دیدیم، تکاملی تدریجی به دور از این فکر اولیه بود که رسانه ها را باید در حکم نیروهای اجتماعی عظیم و یکپارچه در نظر گرفت و آن ها را از جنبه کاربرد و ادراک در زندگی روزمره بهتر درک کرد. از سوی دیگر، به این بحث پرداختیم که مسائل مربوط به مذهب، معنویت، عالم بالا و غیره، موضوعات مناسبی به ویژه برای رویکرد ادراک محور، کیفی و قوم شناسانه هستند. البته مطالعه رسانه ها در سطحی گسترده تر، نتایج خاصی دارد. این امر به پژوهش اجتماعی امکان می دهد تا با اطمینان

تشریح کند که چگونه مردم در رده بندی های عظیم تر اجتماعی و جمعیت شناختی با رسانه هایی که مصرف می کنند، مرتبط می شوند. در همان حال مسائلی که این رویکرد می تواند مطرح کند، محدود است. پژوهش پیرامون مخاطبان رسانه ها که از طریق جمع آوری آمار یا دیگر تکنیک های کلی انجام می شود، در نگرش به پدیده های اجتماعیِ جالب، دقیق و پیچیده ناتوان است. به بیان تخصصی، معیارهایی که این نوع پژوهش به آن ها می پردازد باید قابل تخمین باشند؛ یعنی مسائل بزرگ باید به صورت داده های تخمین پذیر کوچک شوند. این امر درباره برخی از مسائل چندان مهم نیست؛ برای نمونه هنگام بررسی جنسیت و تفاوت های سنی در استفاده از رسانه ها، به نکته‌های جالب و مهمِ فراوانی باید توجه شود. این موارد به راحتی عملیاتی می شوند و با استفاده از تکنیک های کمّی قادریم آن ها را بررسی کنیم.(۱)

به هر صورت چگونه معانی ای را بسنجیم که این گروه های مختلف از رسانه های مورد استفاد ه خود برمی گیرند؟ بدون فهم این موضوع که معانی فوق چگونه و کجا با ارجاع به رسانه ها ساخته می شوند، پرسش هایی که دربارهٔ این معانی مطرح است، چطور فرمول بندی می شوند؟ آیا فرض می کنیم که رسانه ها این معانی را می سازند یا معانی یادشده از منابع اجتماعی و فرهنگی از جمله آن هایی که در رسانه ها وجود دارند، پدید می آیند؟ چنان که در فصل های پیش استدلال کردم

۱- البته در نهایت فرآیند طرح نگره در اغلب عرصه های مطالعات رسانه ها مشتمل بر تعامل بین دیدگاه های کمّی ـ تجربی و کیفی ـ تأویلی بوده است. چنان که شاید از بحث های کتاب حاضر آشکار باشد، عرصه رسانه ها و مطالعات مذهبی از این حیث تفاوتی ندارد.

این نظر پـذیرفتنی است که درک رسـانه هـا بیشتر به معنی سـازی از سوی مخاطبان مربوط می شود و نه آن که رسانه ها معنی می سازنـد. اگر به مسائـل هویت و ارزش هـا (اجتمـاعی و فرهنگی) علاقه منـد باشـیم، این موضوع به ویژه اهمیت بیشتری می یابد؛ زیرا نگره های پیشـگام اجتماعی نشان می دهند که در ایجاد هویت، موضوع در دستان افراد است و نه نیروهای اجتماعی ماننـد رسـانه هـا. هم چنین، این موضوع نیز مهم است که درک بازار نمادین بر زمینه ای خاص میسـر می شود که همان محیط گرم و صـمیمی است. مـا دوست داریم خانه و خانواده را در حکم مکان هایی بسـته و حفاظت شـده تصور کنیم که در آن ها بنیـادی ترین و اصـیل ترین روابط شـکل می گیرنـد، کارهای پایه ای برای جامعه پـذیری و فرهنگ پـذیری انجام می شونـد و بنیـان معنی، ارزش هـا و هویت هـا به شـمار می‌آینـد. هم چنین دوست داریم تـا قلمروی صـمیمی را (با نقل نام کتاب معروف کریستوفر لاش) پناهگاهی در دنیایی بی رحم بدانیم.(۱) مرزهـای این محیط، ما و به ویژه کودکان را از تأثیرهای بالقوه دنیای بیرونی حفـظ می کنـد، دنیـایی که هیـچ گـاه علایق اصـلی ما (یا دیگران) را در نظر نمی گیرد؛ بنابراین این پرسـش‌ها همواره دربـارهٔ قلمروی صـمیمی مطرح خواهـد بود که رسانه ها در کجای آن قرار دارنـد؟ آیا خارج از این محـدوده هسـتند و بـدین ترتیب می تواننـد بالقوه تأثیری بر تبیین عشق، دغـدغه خاطر، ارزش ها، معانی و هویت هایی بگذارنـد که در این محیط شـکل می گیرد یا داخل این محدوده و بخشی از شبکه محلی تأثیرها و منابعی

۱- Christopher Lasch (۱۹۷۷) Haven in a Heartless World: The Family Besieged, New York: Basic Books.

برای ایجاد معنا هستند؟ شماری از مطالعات اخیر درباره تلویزیون و دیگر رسانه ها نشان داده است که مرز بین قلمروی صمیمی و دنیای گسترده تر، در عمل تمایزی از نظر رابطه با رسانه ها به وجود نمی آورد. برای نمونه دیوید گانتلِت و آنت هیل دریافتند که امروزه تلویزیون تبدیل به جزیی از زندگی روزمره شده است. این رسانه، جای خود را در ضرب آهنگ و الگوهای زندگی باز کرده است؛ چنان که برخی از آن ها را تنظیم می کند و خود به وسیله برخی دیگر تنظیم می شود. در عین حال محتوای تلویزیون برای آن ها، هم منشأ لذت و هم احساس گناه است.(۱) من و همکارانم ضمن مطالعه اخیری که دربارهٔ حضور رسانه ها در محیط خانوادگی انجام دادیم، دریافته ایم که رسانه ها در ایجاد ذهنیت والدین نسبت به نقش خود تأثیر گذارند و عنصر مهمی از زندگی خانوادگی را شکل می دهند.(۲) این پژوهش نشان می دهد که والدین از طریق رسانه ها، عملکرد خود و روند جامعه پذیری فرزندانشان را ترسیم می کنند، همان رسانه هایی که در خانه استفاده می شوند و وسایلی که رسانه های مذکور با آن ها تنظیم می کنند و تنظیم می شوند.(۳)

۱- David Gauntlett and Annette Hill (۱۹۹۹) TV Living: Television Culture and Everyday Life, London: Routledge and the British Film Institute. PP. ۲۸۳-۹۳. در Ellen Seiter (۱۹۹۹)، مطالعه مهم و جامعی دربارهٔ وضعیت ایالات متحده به ویژه دربارهٔ تلویزیون و کودکان ارائه شده است.

۲- Stewart M. Hoover, Lynn Schofield Clark and Diane F. Alters, with Joseph G. Champ and Lee Hood (۲۰۰۴) Media, Home, and Family, New York: Routledge.

۳- Hoover et al. (۲۰۰۴), p. ۱۷۲.

گفت وگو دربارهٔ رسانه ها

گفت وگو دربارهٔ رسانه ها

اکنون در اساسی ترین سطح پژوهش باید به زمینه زندگی روزمره، خانوادگی و اجتماعی بپردازیم تا دریابیم مردم چگونه رسانه ها را به دنیای معنوی و مذهبی خود می آورند. این امر شامل گفت وگو با آن ها دربارهٔ رسانه ها، مذهب، معنویت و ارزش ها می شود. یکی از انتقاداتی که من در رویکردهای سنتی به پژوهش رسانه ها ملاحظه کرده ام این است که به قدرت و حقوق انحصاری رسانه ها توجه می‌شود ولی این موضوع که مردم هنگام برخورد با متون رسانه ای و دیگر منابع، چه چیزی از آن ها برمی گیرند، کمتر به بحث گذارده می شود.

چنان که دیده ایم این انتقاد، با گرایش های عمومی در مطالعات فرهنگی رسانه ها ارتباط دارد. در واقع به سوی تأویل و تشریح کیفی ژرف پیش می رود و از موضوعات و پرسش های سطحی و گسترده تر دور می شود. پس به ما امکان می دهد تا بررسی کنیم که چگونه رسانه ها در جریان زندگی روزمره و در پیوند با دیگر منابع، فعالیت ها، روابط و تأثیرهای موجود درک می شوند و به کار می روند.

در زمینه دیگر من و همکارانم رویکردی را تشریح کرده ایم که آن را ساخت گرا(۱) می نامیم. منظور این است که دانش به دست آمده از طریق چنین پژوهش هایی در مراحل و زمینه های خاصی از جمله طراحی پژوهش، مصاحبه ها و نتایج آن ها، تحلیل مصاحبه ها، نگرش تأویل ها و

۱- constructivist

یافته ها و در نهایت درک پژوهش به وسیله خوانندگان ساخته می شود.(۱) البته مرحله دوم یعنی مصاحبه ها اهمیت خاصی دارد و راهگشا است؛ زیرا منبع بینش های ما (همچون دیگر پژوهشگران و خوانندگان) روندها، عملکردها و معانی ای است که می خواهیم به طور کامل آن ها را درک کنیم. پس این مصاحبه ها را چگونه باید در نظر بگیریم؟ آن ها چه نوع دانش و فرآیندی را بازنمایی می کنند؟ مهم است بفهمیم چگونه اطلاع رسانان، زمینه های اجتماعی و فرهنگی خود را بازنمایی می کنند.

به دلیل علاقه مان به قرار دادن این معانی در زمینه های خاصّ شان، می خواهیم گفت وگو را در مرز بین سطوح فردی و اجتماعی نگه داریم. این پرسش ها به انگیزه و روان شناسی فردی و نیز به این موضوع مربوط نمی شوند که نظم اجتماعی و فرهنگی، مردم را به چه کار یا فکری وا می دارد؛ زیرا می خواهیم که منابع خاص فرهنگی را (از جمله آن هایی که در فهرست نمادین متون رسانه ای، نمادها و پیام ها) وجود دارد با دقت تشریح کنیم. می خواهیم ببینیم که چگونه افراد و امور اجتماعی ـ فرهنگی در روند معنا سازی با هم تعامل می کنند و ارتباط درونی می یابند. بهترین روش برای تشریح، ملاحظه فرد در سطح اجتماعی است. هدف، تعمیم دادن موقعیت این افراد به افراد دیگر نیست، بلکه می خواهیم بگوییم که چگونه این افراد، مجموعه ای از زمینه ها و تأثیرهای فرهنگی و اجتماعی را بازنمایی می کنند که آن ها را به صورت

۱- Hoover et al. (۲۰۰۴), p. ۲۲.

وجودهای اجتماعی و فرهنگی درآورده است. من و همکارانم معنای این تغییر را بدین صورت تشریح کرده ایم:

معتقدیم که شرایط مذکور ما را قادر ساخته تا از جست وجو برای بررسی نزدیکی یا دوری نسبی افراد از مرکز خیالی جامعه صرف نظر کنیم. می توانیم هر شخص را به اصطلاحِ ژان پل سارتر فردِ جهانی در نظر بگیریم. پس داستان هر فردی مهم می شود؛ زیرا در همان حال که داستانِ فردی یگانه است، دنیای اجتماعی سازنده او را آشکار می سازد.(۱)

بدین ترتیب هنگامی که دربارهٔ افراد بحث می کنیم، این امکان را به وجود می آوریم که نکات بیشتری دربارهٔ عناصر فرهنگی و اجتماعی که دیدگاه آن ها را نسبت به جهان و استنباطشان را از خود شکل می دهند، بیاموزیم. چنان که در فصل پیش اشاره کردم، این آموزشِ پایه درباره طرح بنیادی مدرن و نوعی عملکرد بازتابنده در آن طرح، نمونه آگاهی اجتماعی در مدرنیسمِ متاخر است. بنابراین وقتی با مردم دربارهٔ این موارد گفت وگو می کنیم، می توانیم بفهمیم آن چه به ما می گویند توضیحی بازتابنده است و تا حدی با این موضوع مرتبط می شود که در عمل چه تصوری از خود دارند و چگونه با فرهنگ های خود خو می گیرند. به نظر من و همکارانم چگونگی ورود این موضوعات در رسانه ها، به شیوه های زیادی صورت می گیرد، روش هایی که از بازتابندگی دوران مدرن اخیر سرچشمه می گیرند. ما این موقعیت را ،که

۱- Hoover et al. (۲۰۰۴), p. ۲۷.

هنگام گفت وگو با افراد به آن ها رسیدیم، در سه سطح از ارتباط با رسانه ها تشریح می کنیم؛

اولین سطح، تجربیات آنان از رسانه ها است. این نخستین مرحله رابطه مخاطبان با متون رسانه ای است. آن ها لذت ها، آزردگی ها، اقناعات، خستگی، انزجار و دیگر احساسات خود را نسبت به رسانه ها بیان می کنند. این احساسات برای خود ما نیز هنگام ارتباط با رسانه ها آشنا هستند. از سوی دیگر، کانون چیزی را تشکیل می دهند که ما کاربردها و رضامندی ها در پژوهش رسانه ها نامیده ایم، دلایل و رضایت هایی که مردم هنگام قرارگرفتن در برابر رسانه های گوناگون ابراز می کنند. آن ها از نیازها و علاقه‌های گوناگونی که رسانه ها برآورده می سازند، سخن می گویند. بخش عمده این بحث، با ژانرهای خاصی در رسانه ها مرتبط می شود. در همین سطح است که بینندگان و مخاطبان، مستقیم ترین واکنش های خود را به رسانه های مورد استفاده بیان می کنند و در همین سطح است که آسوده ترین و راحت ترین بحث ها دربارهٔ تماشا و خوانش برنامه های خبری صورت می گیرد.

دومین سطحِ ارتباط، تعامل بر مبنای رسانه ها است. این مورد، شامل موقعیت ها و عملکردهایی است که از طریق آن ها، تجربیات رسانه ای خود را به سطح روابط اجتماعی می آوریم. این رده بندی در ادبیاتِ مطالعاتِ رسانه ها، موردی آشنا و همان دست‌مایه ای است که در آثار جیمز لول،(۱) دیوید مورلی،(۲) اِلیهو کَتز و تامار لیه بس(۳) بررسی شده است.

۱- James Lull (۱۹۹۱) Inside Family Television, London: Routledge.

۲- David Morley (۱۹۹۲) Television, Audiences, and Cultural Studies, London: Routledge.

۳- Elihu Katz and Tamar Liebes (۱۹۸۵) ‘Mutual aid the decoding of Dallas: نکات اولیه در این پژوهش جهانی مطرح شده است: Phillip Drummond and Richard Paterson (eds) Television in Transition: Papers from the First International Television Studies Conference, London: British Film Institute University Press).

چنـان که این پژوهشـگران نشان داده انـد، رسانه ها در تعامل روزانه با افراد همتا و دیگر گروه ها تبـدیل به ارزهای رایـج مهم فرهنگی می شوند.(۱) هر چنـد این موضوع دربـارهٔ جوانـان و خردسالاـن کاملاًـ روشن است، درباره بزرگسالان هم تبـدیل به تجربه مشترک می شود. دیوید گانتلت و آنت هیل در کتابشان چنین می نویسند:

آن گِری(۲) دریافته بود، بخش مهمی از لذت مجموعه های تلویزیونی در اثر گپ زدن دربارهٔ آن ها، در فردای پس از پخش ایجـاد می شود. مـا در مطالعه حاضـر به نحوی مشابه، فعالیتی اجتماعی را شـناسایی کرده ایم که ناشـی از تماشای تلویزیون در حکـم وجه مهمی از جایگـاه این رسـانه در زنـدگی روزمره است. برای عـده ای از پاسـخ دهنـدگان مهم بـود که اگر قـادر به تماشای برنامه ای در تلویزیون نمی شوند ولی می توانند روز بعد دربارهٔ آن با دیگران صحبت کنند.(۳)

۱- این موضوع در پیوند با افکار پی یر بوردیو درباره سـلیقه و طبقه اجتماعی قابل درک است، هم‌چنین با روشی که طبق آن، سلیقه در حکم شاخصـی برای روابـط اجتمـاعی عمل می کنـد: Pierre Bourdieu (۱۹۸۴) Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste, trans. Richard Nice, Cambridge, MA: Harvard University Press.

۲- Ann Gray

۳- Gauntlett and Hill (۱۹۹۹), p. ۱۲۸.

تعامـل در این سـطح از ارتبـاط، دست‌کم در کنـار دو جنبه دیگر کـارکرد می یابـد. نخست اطلاعات، داسـتان ها و ماجراهای دیدنی و شنیدنی به طور مستقیم و مشترک در معرض دید مخاطبان قرار می گیرد، همان چیزی که نگره های تأثیر رسانه ها ــ با توجه به جریان چند مرحله ای کلاسیک ــ رویِ آن تمرکز می‌کردند.

دوم، در شکل گیری و حفظ رابطه با رسانه ها، نوعی وجه اجتماعی برجسته وجود دارد. آگاهی دربارهٔ رسانه ها موقعیتی برای تعامل اجتماعی به وجود می آورد و این، سوای تجربیات اصـیلی است که هر یک از افراد ضـمن ارتباط با رسانه ها از سـر می گذرانند.

در نهـایت، سـطح سوم [یعنی] منـابع رسانه ها [قرار دارد که] رده بنـدی منحصـر به فردی در کار ما محسوب می شود. این رده شامـل متون دریـافت شـده اجتمـاعی است که با اسـتفاده از آن ها جایگاه خود را در حکم مخاطبان رسانه ها می شناسـیم. این متون همـان هسـتند که جیمز کَری، منـابع قابـل دسترس اجتمـاعی از تصاویر و افکاری می نامـد که از طریق آن ها خود را در زمینه هـای اجتماعی و فرهنگی درک می کنیم،(۱) همان چیزی که اِلِن سـیتر، نظریه های تأثیر رسانه ها نامیـده است.(۲) گفته شده که:

تلویزیون برای کودکان ضـرر دارد ... ، بهتر است که برنامه های تلویزیون سراسـری را تماشا کنیم ... ، وقت گذراندن زیاد در محیط

۱- James Carey (۱۹۸۹) Communication as Culture, Boston: Unwin –Hymam, pp.۲۸-۹.

۲- Ellen Seiter (۱۹۹۹). Television and New Media Audiences, Oxford: Oxford University Press, p.۵۸.

اینترنت یـا برای بـازی هـای ویـدیویی بـد است ... ، آموختن اسـتفاده از رایانه مفیـد است ... ، رسانه ها ضدمـذهبی یا حـداقل غیرمذهبی هستند.

ما نخست این توصـیف رسانه ها را به شـکل نوعی ناهماهنگی یا ناهمخوانی بین توصـیفات مردم از رفتارهای رسانه ای خود و رفتارهای واقعی شان می بینیم. ماجرایی که برای خود من پیش آمـد به خودی خود گویای این مطلب است. چندین سال پیش در هتلِ یکی از پیست های اسـکی مجبور شـدم درِ اتاق بغلی را بزنم و از ساکنان بخواهم تلویزیون را خاموش کننـد. آن ها با بزرگواری خواسـته مرا اجـابت کردنـد. فردای آن شب، من در ساعـات بعـد از اسـکی در محوطه پیست مـادر، آن خـانواده را دیـدم. قـدری صـحبت کردیم و او گفت که کشـیش پروتسـتان است. وقتی متوجه شد که من دربارهٔ تلویزیون تحقیق می کنم گفت:

می دونید نظر خونواده من درباره تلویزیون چیه؟ ما اون رو مجاز نمی دونیم.

من و همکـارانم در این کتاب، مجموعه گسترده و متنوعی از این نظرات ــ دربارهٔ کتابِ رسانه ها، خانه و خانواده ــ را در بین خـانواده های مختلف با پس زمینه های گوناگون آورده ایم. برای ما جالب بوده که بـدانیم این نظرات پیرامون رسانه ها تا چه حـد مشابه انـد، تا چه حـد ریشه دارنـد، چگونه مرزهای طبقاتی و فرهنگی را پشت سـرمی گذارنـد و تا چه انـدازه تبیین شـده هستند.

شاید بخواهیم بررسی این پدیده را در حکم نمونه ای از پدیده اجتماعی ـ روان شناختی در زمینه اختلافِ شناختی(۱) آغاز کنیم یا در حکم نمونه ای از این که چگونه مردم هر چند به صورت کمرنگ از رفتارهای خود آگاهند یا [شاید بخواهیم] سعی کنیم برای درک آن چه واقعاً انجام می دهند فراسوی صحبت های گمراه کننده شان برویم. گمان می کنم نظریه پردازی دربارهٔ این پدیده و تلاش برای درک آن، رویکرد بهتری باشد. چرا مردم تمایل دارند نظرات خود را پیرامون رسانه ها ابراز کنند و چرا آدم های خاص، روش های خاصی برای توصیف زندگی رسانه ای خود برمی گزینند؟ چنان که من و همکارانم استدلال کرده ایم، این اظهارنظرهای شخصی دربارهٔ رسانه ها، عناصر مهمی در خودبیانگری(۲) کلیِ افراد و در نتیجه اظهارات هویتی هستند و چنان که گفتم ما در مصاحبه های مختلف، شباهت هایی در توضیحات مردم دربارهٔ رسانه ها یافتیم؛ البته اختلافاتی هم دیده می شود و در تأویل همین نظرات گوناگون و رابطه شان با زمینه های زندگی ها و مکان های خاص است که می توانیم نکات مهمی درباره چگونگی ارتباط رسانه ها با هویت و معنا بیابیم.

گانتلت و هیل این پدیده را از جنبه احساسِ گناهی تشریح می کنند که مخاطبان تلویزیون در انگلستان هنگام مشاهده آن دچارش می شوند:

۱- Hoover et al. (۲۰۰۴), op cit.

۲- معادل کلمهٔ self-narrative می تواند حدیث نفس هم باشد ولی از آن جا که این کلمه در فرهنگ ما دارای بار عرفانی و واجد معنایی خاص (فراتر از مقصود نویسنده در این کتاب) است از عبارت کمتر مانوس خودبیانگری بهره برده شده است. (م.)

ما دریافتیم که هرچه مردم بیشتر تلویزیون ببینند،کارهای دیگر از جمله کارهای خانه، تکالیف مدرسه یا معاشرت یا موارد دیگر را انجام نمی‌دهند. اگر به احساس گناهِ این افراد ناشی از تماشای تلویزیون در خلوت بنگریم، احساس می کنیم که جامعه انگلستان درکل با تماشای تلویزیون مشکل دارد و آزرده است که تلویزیون به راحتی به اتاق های نشیمن خانه و زندگی روزانه مردم وارد شده است. به هرحال با توجه به زمینه ای که این واکنش ها در آن ثبت شده و بررسی این موضوع که مردم چقدر از تماشای تلویزیون لذت می برند (حتی هنگامی که فقط برنامه های روزانه تلویزیون را می بینند)، درمی یابیم که این پاسخ دهندگان، به راحتی می توانند با احساس گناهی که شاید تماشای تلویزیون در پی بیاورد، مقابله کنند و در عمل، تمایل چندانی به جدایی از دستگاه های تلویزیون خود ندارند.(۱)

از نظر این افراد، تماشای تلویزیون لذتی همراه با احساس گناه دارد، ولی موضوع از این هم گسترده تر است. چنان که گانتلت و هیل، اِلن سیتر و مطالعات ما در کتاب رسانه ها، خانه و خانواده نشان می دهد، تلویزیون و دیگر رسانه ها جزو تار و پود زندگی روزمره شده اند که هم لذت بخش است و هم تشویش برانگیز، هم فرد را منزوی می کند و هم او را با دیگران مرتبط می سازد، هم سطحی و هم به نحو ژرفی معنا دار است. نکته این است که تلویزیون، جا افتاده و جزیی از خانه شده است و مردم هم راه هایی برای گذراندن زندگی خود با تلویزیون، دربارهٔ آن، از طریق این رسانه و بدون آن یافته اند.

۱- Gauntlett and Hill (۱۹۹۹), p. ۲۹۱.

بنـابراین پرسـش هـای مـا دربارهٔ نقش خاصـی که رسانه ها ایفا می کننـد، متکی بر توضـیحاتی است که بیننـدگان می دهنـد، بینندگانی که قصد خاصی از استفاده آن دارند. در این باره سخنان خاصی مطرح است. این سخنان به سوی طرح بزرگ تری، یعنی ایجادِ خودِ آرمانی هـدایت می شونـد، هدفی که همراه با نوعی بازتابندگی درباره جایگاه منابع اجتماعی و فرهنگی خود است. اظهارنظر آن ها درباره رسانه ها به نـدرت در چنین خودبیانگری هایی دیده می شود و بدین معنی است که آن ها به امر آرمـانی و آرمـان های هنجاربخش خود نظر دارنـد، خودی که می خواهنـد آن را در محیطی خاص و برای شـنونده ای خاص نشان دهند و بیان کنند. رسانه ها از جهتی برای نشر ایجاد شده اند. معانی و دانشی که ما از آن ها برمی گیریم بایستی محیطی را نشان دهد که در آن شکل گرفته اند. پس شیوه ای که ما باید از آن استفاده کنیم به خودی خود بازتابنده است. ما به خوبی درمی یابیم کجا هستیم و آن ها که هستند. به هرحال باید ماهیت محصولات آن ها را توصیف کنیم. مایلم بگویم که آن ها را روایات می پنداریم.(۱)

بر زمینه پرسـش دربارهٔ معنی، ارزش ها و نمادهای مذهبی و معنوی، این استنباط که آن ها روایات هستند به ما امکان می دهد با زمینه

۱- نظرات راجرر سیلورسـتن دربارهٔ کاربرد روایت در پژوهش های رسانه ای نخستین تأثیرها را بر من گـذارد و از این بابت به وی مـدیونم، گرچه کتـابش متن و نه مخـاطب را در کـانون تـوجه قرار می دهـد: Roger Silverstone, ‘Television Myth and Culture,’ in James Carey (ed.) (۱۹۹۸) Media, Myths and Narratives, Television and the Press, Newbury Park, CA: Sage, pp. ۳۲-۳.

گسترده ترِ خـانواده و آرمـان هـای هنجاربخش مرتبطشان سازیم. وِیـد کلارک روف نقش روایات فوق را چنین توصـیف می کند:

وقـتی خـانواده در چهـارچوب روایـت قرار می گیرد، حکم مکـانی را می یابـد که در آن داسـتان هـای مهمی دربـارهٔ اعتمـاد، احترام، عشق، شـرافت، وحدت، انصاف، مسئولیت و دیگر ارزش ها به طور مشترک وجود دارد و تجربه می شود. کودکان در کانون خانواده برای نخستین بار می آموزند که تعلق داشتن و وفاداربودن چه معنایی دارد، ارتباط با دیگران مشارکت در آیین ها، گرامی داشت ارزش های خانوادگی و عزیزان همگی در شـکل گیری هویت فردی و زنـدگی اجتماعی نقش مهمی دارد. در آن جا والـدین نه تنها ارزش های اخلاقی و ایمان را می آموزنـد، بلکه خود الگوی آن ها محسوب می شوند، آن ها نمونه هایی هسـتند که کودکان می توانند از آنان سـرمشق بگیرند. می توانیم حتی از این هم پیش تر برویم و تصریح کنیم که رابطه بین والدین و فرزندان تا حد زیادی وابسته به داستان گویی است.(۱)

البتـه چهـارچوبی رو به گسـترش از پژوهش هـای اجتمـاعی متکی بر روایت به وجـود آمـده است. پژوهش هـای مـذکور، دو رویکرد اصـلی دارند. یکی از آن ها دارای جهت گیری روان شـناختی و بالینی اسـت(۲) و دیگری بیشتر به فرهنـگ و هویت نظر دارد.

در رده دوم، تفـاوت دیگری بین مطالعـات دیـده می شود. برخی روایات را شواهـدی بر وجود گرایش ها و معانی ژرفتری در فراسو در نظر

۱- Wade Clark Roof (۱۹۹۹) Spiritual Marketplace: Baby Boomers and the Remaking of American Religion, Princeton: Princeton University Press, p. ۲۱۷.

۲- J. Overcash (۲۰۰۴) "Narrative Research: a Viable Methodology for Clinical Nursing" Nursing Forum ۳۹ (۱) (January- March): ۱۵-۲۲.

می گیرند(۱) و برخی دیگر که از وجه پسامدرنِ قوی تری برخوردارند، روایات را به عنوان سازه های اجتماعی و فرهنگی مورد توجه قرار می دهند که نکات مهمی دربارۀ ماهیت معنا و هویت، آشکار می سازند.(۲) هم چنین روشی نوظهور موسوم به قوم نگاری خودکار در مطالعات فرهنگی پدید آمده، جایی که پژوهشگران، زندگی نامه های شان را به منزله روشی برای درک فرهنگ بررسی می کنند.(۳) شاید این موضوع روشن باشد که روش استفاده من از اصطلاح روایت بر زمینه این پژوهش، مرتبط با در نظر گرفتن روایات در حکم سازه ها است؛ البته در عین حال، موضوعِ استفاده از روایات در حکم اطلاعات، نه برای بررسی هویت به منزله نوعی رده بندی ثابت روان شناختی ـ اجتماعی، بلکه سازه هایی است که به منابع فرهنگی می پردازند. من به جای آن که

۱- نمونه های قابل توجه از این قرارند: Dan P. McAdams (۱۹۹۳) The Redemptive Self: Stories Americans Live By, New York: Oxford University Press; Catherine Kohler Lieblich, Reissman (۱۹۹۳) Narrative Analysis , Newbury Park, CA: Sage and Amia Lieblich, Rivka Tuval- Mashiach and Tamar Zilber (۱۹۹۸) Narrative Research: Reading, Analysis and Interpretation. Newbury Park, CA: Sage.

۲- یکی از بحث های جالب دربارۀ این رویکرد مربوط می شود به: Megan Blumenreich (۲۰۰۴) "Avoiding the pitfalls of 'conventional' narrative research: using post- structural theory to guide the creation of narratives of children with HIV," Qualitative Research (۴) ۱:۷۰-۹۰.

۳- به ویژه نگاه کنید به: Deborah Reed-Danahay (۱۹۹۷) Auto/Ethnography, New York: Berg; Sherry Ortner (۱۹۹۳) "Ethnography among the Newark: the class of '۵۸ of Weequakic high school," Michigan Quarterly Review ۳۲: ۴۱۱-۲۹; Norman K. Denzin (۱۹۸۹) Interpretive Biography, Newbury Park, CCA: Sage).

روایات زندگی را به شیوه بررسی های روان شناختی یا درمانی مورد توجه قرار دهم، می خواهم به این خودبیانگری ها به طور کلی در حکم بیانیه های هویتی توجه کنم که می توانیم در آن ها، نقش عناصر گوناگون را ببینیم. عناصر مذکور از تاریخچه زندگی و منابع نمادین فرهنگ رسانه ها گرفته تا شیوه تفکر مصاحبه شوندگان درباره خود و توصیف تجربیات و اعمالشان را در برمی گیرد. شاید این لزوماً کلیت چیزی نباشد که روان شناسان احتمالاًـ هویت می پندارند، ولی اظهاراتی درباره هویت هستند که در شکل گیری و ایجاد معانی نزد مردم نقش مهمی ایفا می کند.

هویت و متن روایی

هویت و متن روایی

این رویکرد، وجه اشتراک فراوانی با افکار پُل ریکور دربارۀ روایت و هویت دارد. ریکور استدلال می کند که در روند شکل گیری هویت فردی، وساطت نقش اساسی دارد، چنان که درک ما از خود لزوماً با وساطت نمادها، نشانه ها، زبان، متون و کل عرصه منابع فرهنگی ــ نمادینی انجام می شود که با آن ها برخورد می کنیم.(۱) این امر شامل گردآمدن منابع فرهنگی در قالب هویت و در سطحی بسیار بنیادین و ژرف است. پس طبعاً می توان انتظار داشت که محصولات رسانه ای که

---

۱ - Paul Ricoeur (۱۹۹۱) From Text to Action, trans. Kathleen Blamey and John B. Thompson. Evanston: Northwestern University Press. P. ۱۵.

در این جا کانون اصلی توجه ما هستند، جزو این منابع باشند. افکار ریکور از این جنبه که وی از مبنای روایی هویت سخن می گوید، ارتباط بیشتری با پژوهش های ما می یابند. وی استدلال می کند که هویت فردی، یک هویت روایی است. منظورش این است که هویت نه ایستا و نه جدا از تجربه مستمر ما از زندگی فرهنگ و تاریخ است. روایات رو به سوی انسجام دارند، گاه حتی عناصر متضاد را در طی زمان به هدف و مسیری منسجم می رانند. آن ها عناصری تجربی را وحدت می بخشند که مشروط هستند. بدین معنا که لزوماً به شکلی معین و منسجم عمل نمی کنند ولی باید از طریق روایت، به انسجام برسند. از سوی دیگر آن ها عناصری جداگانه از جمله افراد، تجربیات، نمادها و رویدادها را وحدت می بخشند و آن ها را به شکلی در می آورند که ضروری یا منطقی می نمایند.(۱) در ادامه ریکور نظر می دهد که عنصری از خودسنجش گری بازتابنده وجود دارد که در روش شکل گیری تصور ما از خویشتن، نقش مهمی ایفا می کند. ما این کار را با گفتن داستان هایی دربارهٔ زندگی خود انجام می دهیم. این هویت ها نه ثابت بلکه متغیرند و در گذر زمان هم‌چنان ساخته و پرداخته می شوند و حتی دیگران را هم در برمی گیرند؛ چنان که داستان های فردی ما با داستان های خانواده ها و افراد دیگری که در زندگی مان حضور دارند پیوند می خورد. هر یک از عناصر رواياتِ هویت ما از جمله شرکت کنندگان، عناصر و تجربیات دیگر، از زمان و مکان خاصی می آید و بدین ترتیب آزادانه شکل

۱- Paul Ricoeur (۱۹۹۲) Oneself as Author, trans. Kathleen Blamey, Chicago: University of Chicago Press, pp. ۱۴۱-۵.

نمی گیرد؛ بلکه ریشه های فرهنگی، تاریخی و تجربی دارد. بنابراین، روایات ما داستانی نیستند. هم چنین ریکور می گوید که این روایـات به طور حتم نوعی ویژ گی هنجـاربخش دارنـد. آن هـا به ارزش هـا می پردازنـد و ارزش یابانه هسـتند. ما از طریق روایـات فردی خود، نه فقـط می گوییم که هستیم بلکه می گوییم که چه می خواهیم باشـیم.(۱) در این جا چگونگی اسـتفاده من از اصـطلاح روایت، مرتبط با مفهوم ریکور است. روایات، فرآینـدهایی هسـتند که ما از طریق آن ها عناصـر گاه پراکنده و مشـروط زندگی را به صورت داستانی در می آوریم که گرایش به نوعی انسجام دارد. روایاتِ هویت، داستان هایی هستند که مـا برای خـود و دربـاره خود می گوییم. آن هـا مجموعه عناصـری از جمله تجربه زنـدگی، منـابع نمـادین و (مهم تر از همه به گمـان ریکور) روابط ما با دیگران را شامل می شونـد. آن ها از جنبه ای، هنجاربخش یا مبتنی بر ارزشـند؛ پس نشان می دهند که بـا تـوجه به آن چه می خـواهیم باشـیم، چه کسـی هسـتیم. مـا می خـواهیم خود را بـا در نظر گرفتن معیارهـای ارزیـابی نیز توصـیف کنیم. تمـام این موارد، ریشه دارنـد؛ زیرا افراد واقعی، تجربیـات واقعی، زبـان هـای واقعی، متون و نمادهـا را در برمی گیرند.

روایات در حکم ابزار پژوهشی

روایات در حکم ابزار پژوهشی

مصاحبه هایی که در این جا بررسی می کنیم نتیجه مطالعه درازمـدت مـذهب و معنا در عصـر رسانه ها است. من رویکرد این پژوهش را تأویلی

۱- Paul Ricoeur (۱۹۹۲) pp. ۱۶۵-۸.

و سازه گرا توصیف کرده ام. ما علاقه مند بوده ایم که بفهمیم مردم در عصر رسانه ها چگونه امور را استنباط می کنند و منابع نمادین قلمروی رسانه ها چگونه با این معانی که رو به ایمان، معنویت، مذهب و معنای آرمانی جهت گیری شده اند، ارتباط می یابند. مصاحبه های مذکور از ژرفای خاصی برخوردارند و بر روال مصاحبه های نیمه ساختار یافته متکی هستند. بنابراین با وجود زمان های متفاوت انجام مصاحبه ها، نوعی پیوستگی بین آن ها وجود دارد. هم‌چنین برای توضیحِ اطلاعات و تجربیات جدید، انعطاف پذیرند. این انعطاف پذیری در اثر فرآیند تأویل گرانه مستمری پدید آمده که مصاحبه گران از طریق آن، معمولاً با کل گروه پژوهش دیدار می کنند تا درباره آن چه یافته می شود به بحث و تبادل نظر بپردازند.(۱) شاید جای گفتن نباشد که این کار نیاز به توجه و تعمق فراوانی دارد؛ زیرا واقعاً نمی شود به طور مستقیم از مردم پرسید که چه نکته مذهبی یا معنوی مهمی در رسانه ها می یابند. چنان که خواهیم دید، پاسخ ها پیچیده و گمراه کننده اند. آن چه پیش‌تر درباره تضاد بین سطوح مختلفِ توجه به رسانه ها دیده ایم، در عین حال به شیوه های مهمی، گستره و محدودیت هایی را که می توانیم در این زمینه ببینیم، معین می سازد.

ما درباره این مصاحبه ها فرضیاتی مطرح می کنیم؛ نخست این فرض که سازه گرایی، ما را وامی دارد تا این مصاحبه ها را بر اساس

۱- برای آشنایی کامل با این سبک شناسی نگاه کنید به: Lynn Schofield Clark, “The Journey from Positivist to Constructivist Methods,” Chapter Two in Hoover et al. (۲۰۰۴).

پس زمینه شان بررسی کنیم و آن ها را در حکم متونی تغییرپذیر و شامل عناصر و منابع مختلف ببینیم. دوم، با توجه به فرضیات عمل گرا و تعامل گرایی که پیش تر مطرح ساختیم، این مصاحبه ها را هدف مند در نظر می گیریم. ما با تأثیر از تعامل گرایی انتظار داریم که مردم خود و دنیای خود را درک کنند و حالت عینی چنین وضعیتی را خود بیانگری می دانیم؛ البته این موضوع مرتبط با مواردی است که پیش‌تر درباره خود در اواخر مدرنیته دیده ایم. طرحِ شکل دادن به خودِ آرمانی، عاملی محرک در زندگی روزمره، تجربیات و بازنمایی های مردم است و از طریق همین روایاتِ خود است که آن ها به خویشتن و دیگران می گویند که این خودبازنمایی چگونه عمل می کند. نباید اهمیت این روایات در آرمان ها و آرزوها را کمرنگ جلوه دهیم. چارلز تیلور در مطالعه جامع خود، موضوع را چنین مطرح می کند:

بخشی از پاسخ این پرسش که چه کسی هستم به این موضوع برمی گردد که کجا قرار دارم (یا کجا هستم). هویت من با جوامع و ارتباط هایی معین می شود که چهارچوب یا افقی را پیش رو می گذارد و از طریق آن می توانیم تعیین کنیم که چه چیز خوب یا ارزشمند است، چه کاری را باید انجام داد یا چه چیزی را بایستی تأیید یا رد کنیم.(۱)

چنان که دیده ایم ما از طریق بازنمایی همین آرمان هاست که آن ها را تأیید می کنیم و با دیگران از خود سخن می گوییم. این فکر که ما هویت را از طریق بازنمایی می شناسیم و در هویت های یکدیگر شریک

۱- Charles Taylor (۱۹۸۹) Sources of the Self: The Making of the Modern Identity, Cambridge, MA: Harvard university Press, p. ۲۷.

می شویم نکته ای آشناست که در نگره عمل گرا_ تعامل گرای ایروینگ گافمن بیان شده است. وی در کتابش، معرفی خود در زندگی روزمره،(۱) نظریه ای درام شناسانه دربارهٔ تعامل اجتماعی را مطرح می سازد. وی می گوید که ما خودآگاهانه و بازتابانه، نقشی فعال در زندگی اجتماعی به عهده می گیریم و می دانیم که زبان و کنش های ما به طور نمادین حاکی از چیستی ما هستند و می توانیم آگاهانه خود را چنان بنماییم که این دانش، انتقال یابد. البته این موضوع، مرتبط با افکار تعامل گرای بنیادی تر درباره جامعه پذیری و آموزش اجتماعی است که می گویند ما از طریق نقش پذیری خودآگاه می توانیم جایگاه دقیق خود را در نظم اجتماعی و فرهنگی بشناسیم.(۲) دیدگاه درام شناسانه گافمن هم چون افکار ریکور نشان می دهد که این بازنماییِ خودآگاهانه چیزی است که کم و بیش مداوم درگیر آن می شویم و یکی از عناصر اساسی زندگی اجتماعی و جنبه انسانی ماست. در این جا می خواهم این نظر را مطرح کنم که ما در مصاحبه های مذکور، می توانیم خودِ روایات را بیابیم.(۳)

۱- Erving Goffman (۱۹۵۹) The Presentation of Self in Everyday Life, Garden City, New York; Doubleday.

۲- در این مورد اولین نگره پرداز، جرج هربرت مید است: George Herbert Mead (۱۹۳۴) Mind Self and Society, Chicago: University of Chicago Press, pp, ۱۳۸-۴۰).

۳- در این جا باید بگویم ادبیاتی وجود دارد که مفهوم روایت را به نقد می کشد، به ویژه مقالات متفکرانه گیلن استراوسن (۲۰۰۴) در ضمیمه ادبی تایمز (TLS). در حالی که نمی خواهم از موضوعات مهمی که استراوسن مطرح کرده بپرهیزم، استدلال می کنم که کاربرد مفهومی که در این جا پیشنهاد می دهم، مشروط و در چهارچوب رده بندی روان شناختی او معتبر است. این همان چیزی است که وی آن را در حکم روایت می پذیرد، ولی اظهار می دارد که سطحی است. این دیدگاه که مردم هنگام مصاحبه خود را به نحو خاصی معرفی می کنند، از نوعی پیوستگی و روایت برخوردار است که مستقیماً در استدلال های استراوسن نیامده است. همچنین ارتباط مستقیمی هم با این استدلال ها پیدا نمی کند.

ارتباطِ چنین موردی بـا تفکرِ عمـل گرا _ تعامـل گرا این است که مردم، کم و بیش خودآگاهـانه از فرصت پیش آمـده برای مصاحبه استفاده می کننـد تـا روایـات مورد بحث را به طور کامـل یـا تـا حـدی بـا دیگران مطرح کننـد. در این زمینه آن چه عایـدمان می شود، دست‌مـایه ای است که می توان از آن به نحو مؤثری در زمینه پژوهشـی اسـتفاده کرد. از سوی دیگر انتظار داریم که آن ها تا حدی، طرح دوره اخیر مدرنیته دربارهٔ خود را بازتاب دهند و به کوشش برای ساختن چنین خودی بپردازند. پس آن هـا شواهـد مربوط به چـالش هـا و تضادهای مصاحبه شونـدگان با خود و هم‌چنین نمونه هایی از راهبردها برای تحقق معنای منسـجمی از خود که در پاسـخ های شان ابراز شـده است را بازمی تابانند. هم چنین، از این نظر، هنجاربخش هسـتند که آرمان ها و آرزوهای گوینـدگان خود را بیان می کننـد که باز هم مرتبط با افکار ریکور و گیدنز است. قابل قبول دانسـتن این روایات نیز به ما کمک می کند. این موضوع از افکار تعامل گرایی سرچشـمه می‌گیرد که سازه های خود را دارای منطقی می دانـد که آن ها را با زمینه های خاص و افراد خاصـی متناسب می سازد، آن هایی که سازه های مذکور باید برای شان معنا دار باشـند. به همین صورت است که تأویل های ما از آن ها بیش از همه، افکار سازه گرا دربارهٔ بازتابندگی را نشان می دهد. این نکته را می توان از طریق بحث پیشـینِ توصـیفاتی دربـارهٔ رسـانه ها روشن ساخت. تا جایی که منابع رسانه ای در روایات خود جـای می گیرنـد، لزوماً مجموعه ای خاص از افکار معین فرهنگی درباره ماهیت و جایگاه آن منابع را منعکس می سازنـد. می توان گفت که آن چه خانم همسایه در

محوطه پیست اسکی انجام داد، توضیحی دربارهٔ رسانه ها بود، با این نیت که معنا دار و برای یک استاد دانشگاه که کارش پژوهش رسانه هاست، پذیرفتنی باشد. احتمالاً ـ با توجه به انتقادهای عمومی فرهنگ از تماشای تلویزیون، آن خانم همین توضیح را برای بسیاری دیگر از افراد در رده های مختلف خواهد داد. هدف از مصاحبه های مذکور گردآوری این روایات نیست. مصاحبه، گفتمان ِ میان پژوهشگران و همکاری بین مصاحبه کنندگان، پژوهشگران و مصاحبه شوندگان را گردآوری می کند. دستورکار مصاحبه ها، گفت و گو دربارهٔ رسانه ها، خانه، خانواده، مذهب، معنویت و ارزش ها است. چنان که خواهیم دید نتیجه، عناصری از روایات عظیم تر و جامع ترِ خود است که پژوهشگران از طریق آن ها خود را نزد خویش و دیگران بیان می کنند.

می خواهم استدلال کنم که مفهوم روایت قابل قبولِ خود، بیشتر یافتاری(۱) و نه استنادی است. این مفهوم به ما امکان می دهد تا بفهمیم چگونه تمام عناصر تجربه زندگی به سوی این روایات کشانده می شوند، چگونه با هم ارتباط می یابند، بر سر چه چیز کشمکش و تلاش صورت می گیرد، چه چیز در این روایات و چه چیز خارج از آن ها قرار می گیرد. پس نکته، خود روایت و نتیجه اش نیست. نکته چیزی است که وارد روایت می شود. من همگام با گرایش های بازتابنده و پسامدرن در قوم نگاری و مطالعات فرهنگی، می خواهم بگویم که این روایات را در

۱- heuristic

حکم نوع خاصی از توضیح برای خویش در مقام پژوهشگر و تأویل گر می پندارم.

چنان که گفتم این روایات، برای مردم نوعی بازنمایی توصیفی از خود و روال زندگی شان است. هم‌چنین به نوعی سرگذشت هم هستند که در زمان و مکان خاصی می گذرند و نیز توضیحاتی دربارۀ انتظار از آینده محسوب می شوند. از دیدگاه ریکوری قرار گرفتن در زمان و مکان، مجموعه ای از عوامل اجتماعی و مادی را به روایت می آورد که از نظر اجتماعی و فرهنگی اهمیت دارند. عوامل مذکور می خواهند انسجام را نشان دهند و گاهی عناصر متمایز و حتی متضاد را به صورت چیزی ترکیب کنند که مخاطب دوست دارد آن را در قالب یک کلیت به هم پیوسته ببیند. چنان که ریکور ادعا می کند این ها لزوماً آرزوها را درمی نوردند و به سوی آرمان های هنجاربخش می روند. آن ها در حکم نوعی بازنمایی اجتماعی، از افکار پیرامون هنجارها و ارزش ها سرچشمه می گیرند و به چیزی می پردازند که از جنبه اجتماعی مطلوب است و [توجه دارند به] این که [آن مطلوب اجتماعی] در چه زمینه ای قرار دارد.

در نهایت آن ها فرصتی برای نوع خاصی از بازنمایی فراهم می آورند، همان که در جایی مطمئن بین امر شخصی و امر اجتماعی قرار دارد. این بازنمایی ها همان مواردی هستند که مخاطبان برمی گزینند تا در جایی که نوعی مرجع هنجاربخش (به صورت پژوهش گر دانشگاهی) آماده شنیدن است، بگویند. پس آن چه ما در رونوشت های خود می بینیم همان است که مخاطبان مایلند از آن سخن بگویند. این که

[آن ها] چه تناقض هایی را برمی گزینند، [و آیا این تناقض ها را] بر آن زمینه [از روایت] مورد بی توجهی قرار می دهند و یا برطرف می سازند، اهمیت دارد. این اطلاعات ارزشمند هستند. از نظر ما ـ در مقام بررسی کننده، تأویل گر یا پژوهشگر ـ این روایات باید نسبت به امور مختلف، بینش هایی به ما بدهند؛

نخست چنان که در فصل آخر بحث کردیم، یکی از مهم ترین روش هایی که افراد برای ایجاد هویت های مذهبی و معنوی به کار می گیرند، ساختن نمادها و منابع است. پس می توان انتظار داشت که این روایات مشتمل بر شواهدی از فهرست نمادین باشند که از دیدگاه افراد و گروه ها در جمع مخاطبان رسانه ای ملاحظه می شود. هم چنین، آن ها می توانند به ما کمک کنند تا بفهمیم [چگونه] نمادها و منابع رسانه ای در محیط نمادین کلی قرار می گیرند، محیطی که معانی در آن ها پدید می آیند.

دوم، این روایات باید نمونه هایی از روش هایی را در برگیرند که افراد به وسیله آن ها با نمادها و منابع مواجه می شوند، این که چه تصوری از آن ها دارند، چگونه آن ها را به کار می گیرند و چگونه از طریق آن ها دنیای معانی را می سازند. هم‌چنین می توانند به ما بگویند که چگونه این منابع، تبیین و درک می شوند و به وسیله افرادی خاص در مکان هایی خاص استفاده می‌شوند.

سوم، آن ها باید شواهدی از عملکرد یا رفتار عملی ارائه دهند، ولی در عین حال باید انتظار داشته باشیم که کوشش هایی را برای یکپارچه ساختن این عملکردها و قراردادنشان بر زمینه گسترده تر روابط

اجتماعی و فرهنگی بروز دهند. چنان که پیش‌تر اشاره کردم، درک رفتار واقعی یا ترسیم فاصله بین باور و برخورد یا خودبیان گری اهمیت کمتری دارد. [به همین ترتیب نیز] درک این موضوع که چرا نظرات درباره برخورد، در زمان ها و زمینه های خاصی روشنگر هستند، [از اهمیت کمتری برخوردار است].

چهارم، این روایات باید بدون جنجال تضاد مخاطبان بین باور و برخورد و نظرات گوناگون درباره زمان، باورها و ارزش آن ها را ارزیابی کنند.

پنجم، آن ها باید ظرفیت نمادها، گفتمان ها و دیگر منابع را در روندِ معنا سازی ارزیابی کنند.

این روایات در حکم وسیله ای یافتاری (اکتشافی) باید به طریقی موقعیت ساختاری و هدف خود را تداوم بخشند. آن ها می توانند در مجموعه مباحث پیچیده و بالقوه متضادی که معمولاً در چنین مصاحبه هایی شکل می گیرند، نقطه تماسی ایجاد کنند و بپرسند:

مخاطب در چهارچوب مصاحبه های ما دوست دارد چه چیز بگوید و گفته اش چه معنایی دارد؟

پس [این روایات] باید امکان تأویل روابط پیچیده و متضاد، دست کم از دو نوع خاص را فراهم آورند: اول، [روابط متضاد] بین آن چه هابرماس جهان زیست یا نظام زیست (سیستم زیست) می‌داند و آن چه ریموند ویلیامز، ساختار احساس می نامد، [یعنی] قلمروی مادی، حسی، احساساتی و عاطفی؛ بین این دو، روابط پیچیده، ظریف و متضادی وجود دارد. فرهنگ رسانه ها چه نقشی در این تضادها و انسجام های

بـالقوه، به [آن] صورتی که در روایـاتِ مخاطبان بیان می شود، ایفا می کنـد؟ [نوع دوم از این روابط خاص]، روابط[پیچیـده و متضاد]ی است که برای پژوهشِ کلّیِ ما بسیار مهم ترند، آن هایی که امر مقدس، جذّابیت، آیین های روزانه و استثنایی، امور غیرمنطقی، خودانگیخته و حتی بازیگوشانه را فرا می گیرند و بار دیگر این پرسش مطرح می شود که فرهنگ رسانه ها چگونه با این موضوعات پیوند می خورد؟

چه انتظاری می توانیم داشته باشیم؟

چه انتظاری می توانیم داشته باشیم؟

فصل پیش را با بررسی این پرسش به پایان بردیم که ما چه انتظاری از روش ارائه کاربردهای خاص مذهبی و معنوی در رسانه ها می توانیم داشـته باشـیم. در حالی که به روایات محتملِ خود بر زمینه گسترده تر کاربرد و رفتار رسانه ها می اندیشـیم، باید قـدری به عقب برگردیم و برخی از عناصـر تجربه رسانه ها را به شـکل کلّی ببینیم. عناصـری که در زندگی هایی وجود دارند که هنگـام مصـاحبه مطرح می شونـد. به طور کلی شایـد بخواهیم چیزهایی را بـدیهی فرض کنیم، ولی نبایـد چنین پیش فرض هـایی داشـته باشـیم: [برای نمونه:] چیزهـای فراوانی دربـارهٔ چگونگی ارتبـاط مردم بـا رسـانه هـا و به کارگیری آن ها بر زمینه زنـدگی روزمره خواهیم آموخت. پیش تر دیده ایم که می توانیم به دلایل اساسـی، رسانه ها را جزیی از زندگی بشـماریم. در حـالی که شایـد مردم بخواهنـد توضـیحات دربـاره رسـانه هـا را به صورتی مطرح کننـد که گویی بین رسـانه ها و ارزش های زندگی آن ها فاصله وجود دارد، [ولی باز] به نظر

می آید که نمی توانند بدون رسانه ها زندگی کنند. پس رسانه ها به اصطلاح گانتلت و هیل، خود را جا انداخته اند.

شاید بخواهیم رسانه ها را به گونه ای در نظر بگیریم که انگار از زندگی روزمره جدا هستند، ولی به دلایلی، پیش گرفتن چنین مسیری ما را به مقصد نمی رساند. فرض دیگری که می توانیم مطرح کنیم، ولی باید از داوری دربارهٔ آن بپرهیزیم، مسئله ماهیت پیوسته یا ناپیوسته زندگی روزمره در ارتباط با رسانه ها است. برخی ادعا کرده اند که جریانی وجود دارد که در آن تجربه رسانه ها و برخوردهای رسانه ای، به عرصه های بزرگ تر یا کوچک تری می رسند و همراه با نتایج مثبت یا منفی هستند؛(۱) زیرا از نظر آنان تصور مصاحبه هایی از جمله آن چه ما انجام می دهیم به عنوان شواهد رفتار یا عملکرد، به خودی خود مسئله ساز است و نتایج چندانی درباره چگونگی ارتباط رسانه ها با جریان زندگی روزمره نخواهیم گرفت. به هرحال می توانیم استنتاج های پیرامون چگونگی افکار مخاطبان در قبال این پرسش ها و در نتیجه ظرفیت رسانه ها برای ایجاد ارتباط آشکار یا مبهم با زندگی روزمره را مطرح کنیم. پرسش دیگر و البته مهم تر، با موضوعی که در فصل‌های دو و سه مورد بحث قرار دادیم ارتباط دارد: این که تا چه حد باید نسبت به بازتابندگی و خودآگاهی در زندگی معاصر، خوش بین یا بدبین باشیم و فرهنگ رسانه ها تا چه اندازه در ایجاد این وضعیت نقش دارد.

۱- Robert William Kubey and Mihaly Csikszentmihalyi (۱۹۹۰) Television and the Quality of Life: How Viewing Shapes Everyday Experiences, Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

چنان که اشاره کردیم پژوهشگرانی هم‌چون کِنت گرگن نظر دادند که نفوذ فرهنگی و مفهومی زندگی معاصر، (که رسانه ها در محور آن قرار دارند) چنان آگاهی معاصر را مقهور کرده است که دیگر خود جای کمی برای مانور دارد. گرگِن موقعیت را چنین شرح می دهد:

مـا اکنون بـا تصاویر و کنش های دیگران، به نحو فزاینـده ای بمباران می شویم. عرصه مشارکت اجتماعیِ ما به نحو تصاعـدی رو به گسترش است. در موقعیتی که ما دیـدگاه ها، ارزش ها و بینش های دیگران را جذب و خارج از پی رنگ های متعددی که مـا را دربرگرفته انـد زنـدگی می کنیم، وارد قلمروی آگاهی پسامـدرن می شویم. در چنین دنیایی، دیگر اطمینانی به خود نـداریم. در دنیایی که تردیـد بر هر فرضـی دربارهٔ هویت محـدود به صـفات خاص، سایه می افکند. نتیجه چیست؟ چگونه می خواهیم به وضعیت موجود واکنش نشان دهیـم؟(۱)

چنان که دیـدیم، دیگر پژوهشـگران مسـیر پیش گامانه و تأثیرگذار آنتونی گیدنز را دنبال می کنند. به گفته گیدنز، می توانیم گمان بریم که این وضعیت منجر به ایجاد حسی از استقلال فرهنگی در شکل گیری روند خود شود، درست همان طور که می تواند منجر به از دست رفتن معیارهای معمول اجتماعی یا اخلاقی شود. شاید تفاوت در تصور فرد نسبت به هویت و خود نهفته باشد. برای نمونه گیدنز می گوید که خود و هویت، بیش از آن که ثابت باشند، متغیرند و در دستان بازیگران منفرد

۱- Kenneth Gergen (۱۹۹۱) The Saturated Self: Dilemmas of Identity in Contemporary Life, New York: Basic Books, p. ۱۶.

اجتماعی، در همین روند کم و بیش دایمیِ ساختن و بازسازی قرار می گیرند.

هویت فردی، تنها یک فرض و نتیجه تـداوم نظامِ کنشـی فرد نیست، بلکه امری است که در فعالیت های بازتابنده فرد، ساخته و حفظ می شود. هویت فردی، مسیری متمایز یا حتی مجموعه ای از مسیرهای تحت اختیار فرد نیست. این همان خود است که به نحوی بازتابنـده، توسط فرد در زنـدگی نـامه اش درک می شود.(۱) پس از نظر گیـدنز در کـانون آفرینش و حفـظ خـود و هویت، چیزی بسیار شبیه روایات موجه درباره خود وجود دارد. این پرسـش که آیا در این رونـدها اسـتقلال بازتابنـده خود یا چیزی منفی و تضـعیف کننـده را می بینیم، موضوعی است که امیدواریم بتوانیم در پژوهش های خویش به آن بپردازیم. به هر حـال، این بخشـی از فعالیت های متناسب فرهنگی در محیطی خاص است که تلاش می کنیم از طریق مصاحبه های مان آن را ارزیابی کنیم.

مصاحبه ها و روایات

مصاحبه ها و روایات

برای این که بررسـی کنیم چگونه مصـاحبه هـا می تواننـد با مفهوم روایات موجه درباره خود مرتبط شونـد یا آن ها را آشـکار سازند، خوب است نگاهی به یک مصاحبه جالب و پیچیده بیندازیم. این مصاحبه در

---

۱ - Anthony Giddens (۱۹۹۱) Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age, Stanford University Press, pp. ۵۲-۳ (emphasis in original).

صریح ترین سطح خود، پرسش های ساده ای را در بر می گیرد. ما از مردم می پرسیم که چگونه از رسانه ها استفاده می کنند، نظرشان دربارهٔ رسانه ها چیست، درباره زندگی مذهبی و معنوی خود چه می اندیشند و چگونه رسانه ها می توانند با زندگی آن ها در حکم افراد، والدین، اعضای گروه ها و اشخاص مذهبی و معنوی مرتبط شوند و آیا اصولاً مرتبط هستند. آن چه باقی می ماند، تلاش برای توضیح پاسخ های آن هاست. این کار عملاً پیچیده می شود؛ زیرا چنان که خواهیم دید، پاسخ های آن ها چندان نظام یافته و صریح نیست. یکی از ضرورت ها، استفاده از عملکرد یافتاری است. از این طریق می توانیم بفهمیم توضیحات آن ها در واقع چیست.

گِلن دانگل ۴۷ ساله و پیمانکاری خود ـ اشتغال است. او با همسرش لیز، ۵۰ ساله و دو پسرشان رابی ۱۶ ساله و کویین ۱۲ ساله در حومه یکی از شهرهای بزرگ مرکزی آمریکا زندگی می کند.(۱) گِلن در خانواده ای کاتولیک بزرگ شده ولی اکنون پروتستان اوَنجلیکال و یکی از اعضای فعال انجمن اوَنجلیکال پرامیس کیپرز(۲) (متعهدان) است. گرویدن وی به مذهب، با رهایی او از نوشخوارگی (الکلیسم) ارتباط دارد که آن را نتیجه یافتن ایمانی مذهبی و نیرومند می داند. او یکی از خوانندگان پروپا قرص ادبیات مسیحی است، از جمله مطالب سازمان تمرکز بر (حمایت از) خانواده و مجموعه رمان های عامه پسند و محبوب

۱- همچون دیگر مصاحبه هایی که در این کتاب آمده است، اسامی اشخاص واقعی نیست. این گفت وگو توسط مونیکا امریش ترتیب داده شده است.

۲- Promise Keepers

برجامانـده که در فصل سه آن ها را مورد بحث قرار دادیم. در یکی از بخش های مصاحبه، وی اشاره می کنـد که پدران باید رهبر معنوی خانواده های خود باشند.

مصاحبه گر:

بسیار خب، این که خود را رهبر معنوی خـانواده می دانیـد، به دلیل جنسیت تان است یا چون نسـبت به دیگر اعضای خانواده دانش بیشتری دربـارهٔ مسـیحیت داریـد، یا اصولاً به خاطر اهمیتی که این نقش برای شـما دارد، چنین وظیفه ای به عهـده گرفته اید؟

گِلن:

این موضوع هیچ ربطی به مرد بودن نداره. در واقع موضوع بیشتر به تعالیم انجیل مربوط میشه، ما پدران به عنوان رییس و رهبر معنوی خونواده خونـده شدیم. شاید برای بعضـی ها مفهومش برتری مرد باشه، ولی از نظر خود من بین مرد و زن بودن تفاوت زیـادی وجـود داره و مـن بـه هیـچ وجه مردِ برترنگر(۱) نیسـتم، ولی به شـدت معتقـدم که مردِ خونـواده وظیفه رهـبری معنوی خونواده رو بر عهده داره و من بنا بر تعالیم انجیل مسـئول فرزندان، همسـر و خونوادم هسـتم؛ چون انجیل به من میگه که چنین کنم. این کـار از سـر خـودبینی و به این معنی نیست که چون مرد هسـتم، شـما بایـد بر اسـاس قواعـد من زنـدگی کنیـد. من و همسـرم در همه چیز شـریکیم. همه چیز در خونوادهٔ مـا متوازن شـده و هرکس می دونه چی کار بایـد بکنه، ولی وقتی موضوع رهبریِ معنوی خونواده مطرحه، مـا بایـد این نقش رو بر عهـده بگیریم. البته فکر می کنم متأسـفانه در جـامعه امروز و در بیشتر خونواده هـا زنـان رهبران مـذهبی هسـتن. اونـا همـهٔ فرایض مربوط به دعا و بردن اعضای خونواده به کلیسا رو انجام میـدن، در صورتی که قرار نیست این طوری باشه.

۱- male chauvinist

مصاحبه گر:

چه چیز باعث بروز چنین وضعیتی شده است؟

گِلن:

فکر می کنم این روزا مردا، انگیزه های دیگه ای دارن، دست کم به نظر من این طوریه. مردای زیادی رو می شناسم که انگیزه اصلی شون موفقیت و پوله. انگیزهٔ برخی دیگه، فقط خودمحوری و خودخواهیه. به گمونم متأسفانه اغلب مردها از یاد بردن که واقعاً کی هستن. علت حرفم اینه که فکر می کنم خیلی از مردها ارتباطشون رو با (به قول معروف) وجه زنانه خودشون و توازن بین مردونگی و زنونگی از دست دادن. البته نمی خوام خیلی بر یین و یانگ(۱) تأکید کنم، ولی معتقدم در همه ما وجهی عاطفی وجود داره، چیزی که بسیاری از مردا این روزا حسش نمی کنن و با اون سروکاری ندارن. خُب، معنویت با همین وجه عاطفی ارتباط داره. اگر ارتباط ژرفی با روح و عاطفه نداشته باشین، دست کم از نظر من حقیقتاً به عنوان مرد، شخص متعادلی نخواهید بود. به شدت اعتقاد دارم که اغلب مردا به چنین حالتی نمی رسن؛ چون حساس تر از اونن که بتونن نزدیکش بشن. مثلا من به عیسی مسیح (ع)، به عنوان سرور و ناجی خود اعتقاد دارم و او رو مردی حقیقی می دونم و الگو در نظر می گیرم. می دونیم که مسیح (ع) بسیار با احساس، عاطفی، هوشمند و قوی بود. منظورم فقط از جنبه جسمانی نیست، بلکه او از نظر روحی نیز بسیار قوی بود و این موضوع رو هنگامی می تونیم بهتر بفهمیم که از او خواستند تا خود و رسالتش و چیزهای دیگه رو انکار کنه. پس فکر می کنم او به خوبی نشون میده که باید توازنی در وجود انسان پدید بیاد و حفظ بشه.

مصاحبه گر:

آیا با دوستانتان گروهی مسیحی را تشکیل داده اید؟

۱- Yin and Yang. در فلسفه چینی به ترتیب، اصل مؤنث و مذکر جهان؛

ص:۲۴۸

گِلن:

من سعی دارم که هیئتی مردونه در کلیسا مون تشکیل بدم؛ ولی تا حالا هیئت مسیحی مردونه نداشتیم.

مصاحبه گر:

منظورتان از هیئت...؟

گِلن:

منظورم جاییه که مردا با مردا ملاقات می کنن و برای اون چه می خوان در زندگیشون انجام بدن، افراد قابل اتکایی به عنوان حامی پیدا می کنن. جایی که مردا بتونن بِرَن، بنشینن، هفته ای یکبار با هم ملاقات کنن، قهوه ای بنوشن و دربارهٔ موضوعات مختلف صحبت کنن، همون کارایی که مردم باید انجام بدن. من در کالیفرنیا چنین هیئتی رو تشکیل داده بودم، گروهی از افراد قابل اتکا که به طور معمول اون ها رو می دیدم و با هم به امور مربوط به هیئت مردونه خودمون و دیگر موضوعات می پرداختیم. من حالا یکی از اعضای گروه متعهدان هستم.

گفت و گو از اعتقادات و معنویت گِلن به سرعت به نظرات او درباره چگونگی شکل گیری معنویت مردانه اش در دوران کودکی می انجامد. وی ضرورتی خاص در این زمینه احساس می کند.

گِلن:

... بزرگ ترین مسئله ای که این روزا در آموزش پسرانِ جامعه مون می بینم، اینه که ما برخلاف جوامع و خونواده های بومی، سنتی در این زمینه نداریم. جوامع بومی برای پسرا مراسم خاصی دارن، از جمله مراسم تکلیف پسران یهودی. اون ها میگن که پسر، اگه از این مرحله بگذری و چنین کنی، مرد میشی. فکر می کنم یکی از مسائل ما آمریکایی ها اینه که چیزی شبیه مناسک گذر که به پسرا آموزش بده، نداریم.... اغلب پسرها نمی دونند که مرد شدن،

مگه این که پـدرشون بگه «من واقعاً به تـو افتخـار می کنم پسـر، حالا ـ تو یـک مرد هسـتی» خیلی از این پسـرا حـتی وقـتی که پـدرشون می میره، هنوز چنین اطمینانی نـدارن یا به جست وجوی اون می پردازن و این پرسـش هنوز براشون مطرحه: «پدر آیا من مرد هستم؟ تو هیچ وقت به من نگفتی که مرد شده ام»

یکی از چـالش هـای این پژوهش، برانگیختن مردم به صـحبت دربـاره رسانه ها در پیونـد با مـذهب و ارزش ها است. دیـدگاه بنیـادین گِلن دربـاره رسـانه هـا، انتقادی است. در جایی می گویـد که رسانه ها کاملاً سـکولار هسـتند و طبعاً فقط به سـتایش خـدای پول می پردازنـد. وی احسـاس می کنـد که آن هـا «نقش مهمی در چگونگی نگرش پسـرها به جایگاه شان در اجتماع دارند.» او می گوید:

فکر می کنم سـیاست و دیدگاه رسانه ها به شدت تحریف شده. اون ها دستورِکار خاصی برای القا کردن دارن و عملکردشون هم در همین جهته. به همین دلیل معتقدم که اون ها ارتباطی با واقعیت ندارن.

گِلن در یکی از مصـاحبه های پیشـین چیزهایی درباره یک برنامه خاص تلویزیونی گفته است و مصاحبه گر نیز کار را با تکیه بر همین موضوع ادامه می دهـد، به ویژه این واقعیت که وی سـریال نظرکردهٔ فرشـته را برنـامه خوبی ــ البته نه از جنبه معنویت حقیقی ــ می داند. مصاحبه گر می پرسد که منظور وی چیست؟

گِلن:

من فکر می کنم سریال نظرکردهٔ فرشته، به شما این احساس رو میده که وجودی بزرگ تر و متعالی تر بر هستی حاکمه و برای گرفتن تصـمیمات اخلاقی و خوب، روش هایی وجود دارن؛ ولی معنویت، محـدود به این نمیشه. معنویت نوعی چندگانگی ه. گمون می کنم این مجموعه به چنین ژرفایی نمی رسه؛ در

واقع نگاهی کلی داره و چیزهایی به بیننده میده. نظرکردهٔ فرشته افرادی رو به شما نشون میده که با دیدن اونا بگید: «شاید من هم بتونم تصمیمی معنوی بگیرم و به چنین آرامشی برسم.»... در واقع این برنامه، دربارهٔ شخصیت های مثبته و ماجراهای اون، در موقعیت های خاصی می گذره. از نظر من معنویت بسیار ژرف است، از درون برمی خیزه و چیزیه که شما نمی تونید از طریق یک برنامه تلویزیونی یا کتاب به اون برسید. از نظر من، این نوعی رابطه با خداونده. رابطه ای شخصی با او. وقتی کتاب هایی در این زمینه می خونم، احساس خوبی پیدا می‌کنم ولی معنویت حقیقی رابطه ایه که بین شما و خداوند برقرار میشه، رابطه ای که عمیقاً به وجود شما، به ژرف ترین بخش های وجودتون نفوذ می کنه. در حالی که کتاب، فقط اطلاعات میده و میگه می تونی این زندگی رو به شکل خاصی ببینی. این نوعی معنویته و نکاتی معنوی براتون مطرح میشه که می تونی به ذهنت بسپاری.

از نظر گِلن اشاره روشن این است که ایمان و معنویت، تا اندازهٔ زیادی با تصمیم ارتباط دارند (اشارتی به ایمان اوَنجلیکال خودش)، هم‌چنین از نوعی ژرفا برخوردارند که در تقابل با رسانه های سطحی است. پس از نظر گِلن، برنامه ای مانند سریال نظرکردهٔ فرشته را یا باید بر اساس اهمیت و دلالت معنوی ــ یا مذهبی اش ــ ارزیابی کرد یا از جنبه نماد ها و ارزش هایی که در بردارد. هم‌چنین باید به چگونگی به کارگیری این عناصر برای متقاعد ساختن مردم نسبت به نیاز شخصی و شدیدی که به رستگاری دارند، پرداخت. شاید چون گِلن به نوعی مسیر مذهبی خود را تغییر داده است و تحولی بزرگ در شناخت مذهبی اش (از کاتولیک به پروتستان اوَنجلیکال) ایجاد کرده است، علاقه ای به تنوع مذهبی دارد. خود وی می گوید که درباره مذاهب گوناگون اطلاعات

کسب کرده است، دست کم تا زمانی که به جست وجوی مذهبی خود مشغول بود. وی در پاسخ به این پرسش که آیا هرگز به بررسی سنت های مذهبی غیرمسیحی هم پرداخته است، پاسخ می دهد:

بله من به بررسی مذهب تائو (آیین فلسفی چین باستان)، بودیسم و قرآن هم پرداختم. مطالب فراوونی دربارهٔ مذاهب مختلف و چگونگی عملکرد اون ها خوندم و علاقه مند بودم که بدونم چرا باپتیست ها، باپتیست هستن، چرا اوَنجلیکال ها چنین مرامی دارن، چرا لوتری ها، لوتری هستن و دوست داشتم مشابه همین موارد رو درباره مورمون ها (یکی از فرقه های مذهبی آمریکا) بدونم. همهٔ این اطلاعات برام بسیار جالب بود. می خواستم بدونم که اون ها چی میگن؟ جست وجوشون برای چیه؟ چرا چنین نگاهی دارن؟

مصاحبه گر:

پس چرا از بررسی عقاید غیر سنتی دست برداشتید؟

گِلن:

به این علت از بررسی عقاید غیر سنتی صرف نظر کردم که در هر یک از اون ها، گوناگونی فراوونی دیده میشه و این برام مطلوب نبود، پس به این نتیجه رسیدم که همه ما در حال جست وجو هستیم. همه ما خلاء هایی معنوی داریم که بایست پر بِشَن. موضوع اینه که بالاخره چه زمانی تصمیم می گیرید که متصل بشید، اما وقتی خودم دریافتم که زمونش رسیده تا رابطه ای با عیسی مسیح (ع) داشته باشم، شروع به تعمیق رابطه معنوی خود با اون کردم. چنان که امروز هم می بینم، این یکی از روش های محتمله. من تمام مسلک ها رو جست وجو کردم، ولی هیچ کدوم منو قانع نکرد.... می دونید من بسیار تحلیل گرم. یکی از مسائلم نگریستن به امور، از این دیدگاهه. احساس می کردم که لازمه به این پرسش پاسخ بدم: «وجه مشترک تمام این سنت ها چیست؟» خب هر کسی در پی خداونده. بسیار خب، ولی آیا بودا خداست؟ نه!

چون بودا از دنیا رفته. بودا هرگز دوباره زنده نشد. تنها شخصی که بنابر دلایل و مستندات واقعاً دوباره زنده و دچار رستاخیز شد، عیسی مسیح بود. حضرت مسیح بیش از ششصد پیشگویی کرده که همه به حقیقت پیوستن. اسم اون پیشگوی هلندی چیه؟... نوستر آداموس، بله. اگر از هر ده یا صد پیش بینی اش حتی یکی درست از کار درمی اومد، آدم خوشبخت و موفقی می بود. در انجیل مطالب فراوون و مختلفی وجود داره، اگر به پیش بینی ها توجه کنید، می بینید که چهارصد سال پیش از وقوع رویدادی از اون خبر داده شده و عملاً اتفاق افتاده. در واقع، مسیح چنین پیش بینی کرده. پس به شما میگم وقتی انجیل رو باز می کنم چیزهایی می بینم که از جنبه تاریخی صحیح هستن.

شاید از این قسمت کاملاً مشخص نشود که بخش فراوانی از بررسی های گِلن از طریق منابع واسطه صورت گرفته است. وی دایماً از کتاب هایی می گوید که همراه با لیز خوانده است، دربارهٔ مطالب آن ها با یکدیگر و دوستانشان صحبت کرده اند و به فرزندانشان داده اند تا بخوانند. آشنایی او با پیشگویی، یکی از دلایلی است که باعث علاقه اش به مجموعه کتاب های برجامانده شده است، مجموعه ای که وی آن را فوق العاده می‌نامد. در همان حال برای گِلن مهم است که مطالب را بررسی کند، بپرسد و به قول خودش تحلیل گر باشد. هم‌چنین برای اش اهمیت دارد که فرزندانش بتوانند آزادانه انتخاب کنند. وی بین رسانه ها، به ویژه کتاب ها و آن چه عملکردهای اجباری و نسخه پیچی های برخی از والدین برای فرزندان می نامد، ارتباطی می بیند. مصاحبه گر از گِلن می پرسد که دربارهٔ منابع مذهبی، معنوی یا ارزش هایی که پسرانش احتمالاً هنگام تماس با رسانه ها می یابند، چه فکر می کند. مصاحبه گر می پرسد:

شما مثلاً از پسرا چیزهایی می پرسید که اطمینان پیدا کنین در زندگی روزمره مشوق های مذهبی مختلف دارن یا چیزایی که تعالیم شما و اون ها رو تقویت می کنن؟ آیا از اون ها می خواهید برنامه های مسیحی رو بشنون و ببینن؟

گِلن:

بله، سؤال خوبیه؛ چون من به تحمیل انجیل اعتقاد ندارم. منظورم اینه که از اون ها نمی پرسم آیا هر روز انجیل می خونید؟ آیا هر روز دعا می کنید؟ آیا چنین و چنان می کنید؟» چون اون ها می بینن که دارم انجیل می خونم.... گمان می کنم بنیادی که من برای اون هـا پی ریختم، بسیار مهمه. این که ببینن من خودم عملاً ـ چنین می کنم، ولی من چیزی رو به اون ها تحمیل نمی کنم؛ چون وقتی در موقعیت خاصی قرار می گیرن، می فهمم که چه درس هـایی از زنـدگی اموختن. بعـد می تونم به اون ها بگم آیـا این هـا رو در کتـاب هـا هم دیدیـد؟ آیـا چنین چیزی رو در انجیـل جست وجـو کردیـد؟ آیـا در چنین موقعیـتی دعا کردید؟ الان در چه مسیری هستید؟ به نظر میاد که قدری دور افتادید. پس فرضاً به اون ها نمیگم شـما باید حتماً این مجموعه برجامانده رو بخونید. هرچند اون ها مجموعه کتاب های فوق العاده ای درباره وجود الهی محسوب میشن. منظورم اینه که اون ها شاید تصمیم بگیرن اون رو بخونن یا نه... ولی این که آیا کتاب ها رو در اتاقشون میذارم یا نه، باید بگم نه.... واقعاً این کار رو نمی کنم؛ چون فهمیدم که اگه خودشون ارزش و ارتباط کتاب ها با مذهب رو تشخیص ندن، بقیه چیزها بی معنیه... شاید بایـد اون ها رو قـدری بیشتر تشویق کنم ولی به شـدت اعتقاد دارم که ما بایـد دونه رو بکاریم و به روح مقـدس اجازه بدیم تا اون رو آبیاری کنه. منظورم اینه که بنیانِ گرایش به حقیقت و خداونـد رو در وجود پسـرها قرار دادم. اون ها می دونن که فرد مسیحی چگونه بایـد باشه. اون ها می دونن که بایـد در دنیا مثل نمک و نور باشن و.... فکر می کنم شـیوه کارم همین بوده... بیشتر از اون که بخوام براشون معلم باشم و

بگم که بفرمایید، لازمه این کتاب رو بخونید یا لازمه به برنامه های اون ایستگاه رادیویی گوش بدید، تونستم رابطه ای شخصی با اون ها داشته باشم. دیدم که اون ها از اینترنت موسیقی دانلود می کنن و بهشون گفتم که این موسیقی مناسب نیست. وقتی این چیزها رو می بینم، توجه بچه ها رو به اون ها جلب می کنم. الان پسرم داره کل آثار موسیقی مسیحی رو دانلود می کنه.

این بخش، از نظر مطرح ساختن افکار گِلن درباره وظایف پدرانه و آن چه شاید بتوانیم حس هویت پدرانه او بنامیم اهمیت دارد. در کنار یافته هایی که هنگام مطالعات دربارهٔ استفاده خانواده ها از رسانه ها ملاحظه کردیم، والدین تمایل دارند که احساس خود را از این جنبه نیز بیان کنند. آن ها به جای این که به طورمستقیم برای فرزندان خود رژیم رسانه ای تدارک ببینند، ترجیح می دهند فکر کنند که نقششان، مجهز کردن فرزندان به مهارت ها و ارزش هایی است که برای تصمیم گیری های شخصی خود نیاز دارند.(۱) نکته جالب آن که، این موضوع درباره فردی مانند گِلن هم صدق می کند؛ زیرا شاید انتظار داشته باشیم که او در نگرش به چنین موضوعاتی سخت گیر و عیب جو باشد. در ابتدا به نظر می رسد که گِلن تمایلی به ارزیابی مثبتِ رسانه ها ندارد. وی می پرسد:

این رسانه ها چه چیز قابل توجهی دارن؟چند کتاب سراغ دارید که ارزش داشته باشن اون ها رو برای خوندن به کودکانتون بدید؟ چند فیلم مسیحی ساخته شدن؟ من هیچ فیلم ساز مسیحی ای نمی شناسم؛ پس مجبورید فیلم های سکولار براشون بیارید و بگید: «ما نشستیم و یک فیلم تماشا کردیم. چه چیز از اون فیلم دستگیرتون شد؟»

۱- Diane F. Alters, “At the Heart of the Culture: The Hartmans and Roelofs,” Chapter ۷, (Hoover et al (۲۰۰۴.

وقتی مصاحبه گر به هیاهویی اشاره می کند که دربارهٔ فیلم مصائب مسیح ساخته مل گیبسن برپا شده است، گِلن که آشکارا هنوز چیزی دربارهٔ فیلم نشنیده است (این مصاحبه دو ماه پیش از اکران فیلم انجام شد)، دربارهٔ این فیلم بیش از دیگران، فرضیات منفی خود را بروز می دهد و پس از این موضوع، به استدلال دربارهٔ نقش رسانه ها در تداوم چیزی می پردازد که به گمان وی، وابستگی اجتماعی و فرهنگِ آزار می آورد. موضوعاتی که وی آن ها را مستقیماً با ایمان و معنویت مرتبط می سازد.

گِلن:

اُه، لطفاً دوباره صحبت دربارهٔ این زباله ها رو شروع نکنید. قدری به من فرصت بدید تا چیز دیگه ای بگم. این روزا دیگه هیچ کس، مسئولیتی در برابر زندگی بقیه قبول نمی کنه. هر کسی می خواد مشکلات زندگی اش رو به گردن بقیه بندازه. این کار خیلی غلطیه. در واقع این رسانه ها هستن که این کار رو انجام دادن! به هر حال باید بر مسائل چیره شد. خیلی از مردم میگن: «خُب ببین چه بلایی بر سرم اومد. بیچاره من.» دقت کنید، در این مورد می خوام چیزی بگم. خود من پیش الکلی ها بزرگ شدم، به وسیله نظامیانی که مدام جابه جا می شدن. می تونم بنشینم و زانوی غم بغل بگیرم یا این که بگم: «هی، من از تموم این اتفاقات یاد گرفتم که چه رفتاری رو نباید با بچه ها یا همسرم داشته باشم.» همه ما برای تحول فرصت داریم؛ پس فکر می کنم اون چه رسانه ها میگن اینه «آه! تو زخمی شدی، ناراحت شدی. ما وضعیت را برات بهتر می کنیم.» رسانه ها اتفاق‌های زشتی که در زندگی می افتن رو برجسته جلوه میدن. برای نمونه پلیس در جایی همه چیز رو به هم ریخته، بازجویی ها و تحقیقات به مسیر غلطی رفته و.... تموم این ها، برجسته کردن نکات منفیه بدون اون که به موضوع اصلی بپردازن. حداقل از

نظر من نمی تونید بگید که جامعه به هم ریخته، چون واقعاً [پلیس] هیچ کاری برای مردم انجام نداده. موضوع، درست برعکسه. مردم هیچ کاری برای خودشون نکردن. اون ها تصمیم گرفتن که درجا بزنن، حال اون که می تونن بگن: «من می خوام خودم رو آزاد کنم، می خوام قالب ها رو بشکنم.»... بعضی کشیش ها به بچه ها دست درازی می کردن، این موضوع بسیار ناراحت کننده است، ولی برای زندگی من خداوند برنامه دیگه ای تدارک دیده. خدا از من می خواد تا این پیام رو بگیرم. من می خوام پیام زندگی ام رو به بقیهٔ مردم منتقل کنم: این که اگه خونواده فوق العاده ای دارم به دلیل نقش عیسی مسیح در زندگی منه. اون زندگی منو دگرگون کرد و من حالا اون کسی نیستم که بودم. ژانویه که برسه بیست سال میشه که با سلامت و هوشیاری زندگی می کنم.

به معنایی گِلن می خواهد بگوید که انتقاد وی از این نوع رسانه ها، ناشی از داوری اش دربارهٔ گرایش هایی است که رسانه ها در فرهنگ تداوم می دهند و او نظر خوشی نسبت به آن ها ندارد. البته این فرازها، بیشتر دربارهٔ خود گِلن و افکارش اطلاعات می دهند تا استفادهٔ وی از رسانه ها. به هر حال، وی با وجود موضعش در برابر رسانه ها، از گرایش های موجود در آن ها آگاه است. برای نمونه از نظر او، برخی از بدترین انگیزه ها و تأثیرهایی که در قلمروی رسانه ها رشد کرده اند، به پخش برنامه های مستند برمی گردد. وی می گوید:

می تونید با اون چه رسانه ها نشون میدن، نبض جامعه رو در دست بگیرید، به اخبار گوش بدید. اخبار چه قدرش منفی و چه قدرش مثبته؟

به روشنی می توان دید که از نظر وی ارتباط بین رسانه ها و واقعیت، از هم گسسته است. وی می گوید که ارزش های اصیل در جامعه از بین

رفته اند. او بار دیگر به این مضمون باز می گردد که رسانه ها به نوعی درگیر تداوم ارزش های آزار فرهنگی هستند:

گمون می کنم جامعه مسئوله که ارزش های معنوی رو از طریق رسانه ها به بچه های ما آموزش بده. در این زمینه رسانه ها می تونن ابزارهای خوبی باشن، ولی مورد استفاده قرار نمی گیرن. به مدرسه ها نگاه کنید. ببینید چه اتفاقاتی در مدارس می افته. کتاب ها رو در نظر بگیرید. آیا ما به بچه ها اطلاعات درست میدیم؟ اون ها می خوان همه چیز رو عوض کنن: .... «جرج واشنگتن... نبود. او در زندگی به همسرش خیانت می کرد» یا چیزهای دیگه ای از این قبیل. ما در کتاب ها مون از جرج واشنگتن کارور میگیم؛ چون اون سیاه پوست بود و این نکته برامون مهمه. ولی همه چیز اون قدر به هم ریخته شده که پیام واقعی، اون چه بنیان ایالات متحده رو شکل میده، از دست رفته. ایالات متحده بر اساس اعتقادات مسیحی بنا شد. پرستش خداوند در این کشور آزاد بوده. مسئله من اینه که خیلی ها سعی دارن دیدگاه هاشون رو دربارهٔ اون چه باید باشیم و نباید باشیم، تحمیل کنن. افرادی مانند جانی کوچران، از انجمن ضد افترا میگن، نمی تونید این کار رو انجام بدید، نباید اون کار رو بکنید و غیره.

فلسفه سیاسی گِلن به خوبی در این سخنان نمود می یابد. وی بنیان مسیحی ملت آمریکا را با افکاری خاص درباره نژاد و فرهنگ، پیوند می‌دهد. نکته جالب آن که گویا او تصور می کند مجموعه ای از احساسات طبیعی وجود دارند که باید انتظار داشت بچه های امروزی از آن ها برخوردار باشند، ولی رسانه ها و نخبگان فرهنگی که فعالیت هایشان در رسانه ها منعکس می شود، این ارزش ها را واژگون کرده اند.

مسئله اینه که بچه ها میگن «خب، چه باید بکنیم؟ اگر این کار رو انجام بدیم، ما رو یهودی ستیز می خونن، هر کاری کنیم به ما برچسب می زنن؛ آیا واقعاً چنینه؟....» به هر صورت بچه ها نمی دونن کی هستن و چه باید بکنن.

در فصل سه دربارهٔ مرزی سخن گفتیم که دورکهیم، بین دنیای سکولار ــ که رسانه ها آن را بازنمایی می کننـد ــ و دنیای مقدس ــ که قلمروی مذهب و معنویت شمرده می شود ــ ترسیم کرده است. گِلن حتی اعتقاد ژرف تری به این مرز دارد. وی ضمن اظهارنظر دربارهٔ ظرفیت رسانه ها برای ارائه آن چه نکاتی مهم دربارهٔ حقیقت می نامد، به داستانی از زندگی خود اشاره می کند. سال ها پیش هنگامی که وی به کلیسایی در کالیفرنیا می رفت، یکی دیگر از کلیساروها که در صنعت سینما کار می کرد، هدایت گروهی را برعهده گرفت تا دربارهٔ فیلم های روز صحبت کنند. او فیلم ها را برای ما می آورد. یادم نمی آید چه آثاری بودنـد، ولی یک بار گفت: «این فیلم را ببین.» من آن را تماشا کردم و دیـدم که اعمال جنسـی و خشونت را نشان می دهـد و کلمـات زشتی در آن به گـوش می رسـد. وقتی یکشـنبه بعـد به آن جـا رفتم، او از جمـع پرسـید: «چه چیز از این فیلم دسـتگیرتان شـد؟» من گفتم: «فیلم بدی بود، وحشتناک بود.» او گفت: «نه، مگر چه برداشتی از آن داشتید؟»پس از این حرف مجبور شدیم به آن فکر کنیم، سپس وی قسمت هایی از فیلم را به ما نشان داد و گفت: «این قسمت را ببینید، چه می گویید؟» حاضـران پاسخ دادنـد فیلم می خواهد بگوید که فلان کار را انجام ندهید، ولی تقریباً همه افراد در فیلم چنین می کنند، انگار نوشیدن الکل و مست کردن اشکالی ندارد. اعمال جنسی غیر مشروع

اشکالی نـدارد. ولی دوست ما گفت: «نه، فیلم می خواهد بگوید که این کارها را انجام ندهید، ببینید چه اتفاق وحشـتناکی بر سر این شخصـیت هـا آمـد.» پس مـا نکته را نگرفته بـودیم. من جـا خـوردم. مـا در کلیسـای مسـیحی بودیم، کشـیش برای آن دوسـتمان دعـای تبرک می خوانـد و او از ما می خواست تا فیلمی را دوباره ببینیم که جا و بی جا کلمات زشتی در آن بر زبان شخصـیت ها می آمد. فیلم می گفت چنین و چنان نکنید ولی همه این اعمال را نشان می داد. من اول ناراحت شدم؛ سـپس به کلاس برگشـتم و فکر کردم: «آه، او درست می گوید. پیام خوبی در فیلم وجود دارد ولی این پیام باعث می شود که خود من بخواهم تمام آن را ببینم؟ نه برای من جذاب نیست! شاید دنیای سـکولار به تماشای چنین فیلمی علاقه داشته باشد. شاید آن را در حکم فیلمی زیرآستانه ای (نامحسوس) می بینند؟ نمی دانم. آیا این همان چیزی است که می خواهند به شما بیاموزند؟ فکر نمی کنم. اما به هر حال در جایی از فیلم نکته مهمی وجود دارد که شاید یک نفر بخواهد از آن آگاه شود.» مسلماً گِلن انتظار داشـته کـه فیلم هـا بایـد از عناصـر ناخوشاینـدِ جنسـیت، خشـونت و گفتـار زشت، بری باشـند. وی آشـکارا بـا سـلیقه فرهنگی اوَنجلیکال، به صورتی که هنـدرشات بیان کرده، موافق است.(۱) این که ضـمن گذر از دنیای سـکولار به مذهبی، روال اصلی برای فیلم های سکولار و دیگر رسانه ها باید این باشد که به شیوه ای متعارف،

۱- Heather Hendershot (۲۰۰۴) Shaking the World for Jesus: Media and Conservative Evangelical Culture, Chicago: University of Chicago Press.

از عناصر غیراخلاقی و ناراحت کننده بپرهیزند؛ ولی گِلن در این تجربه با دیدگاه دیگری مواجه شد، دیدگاهی که فیلم را استعاری تر می داند. وی به گفته خود به تدریج دریافت، شاید نکته ای مهم دربارهٔ حقیقت در این فیلم ها وجود داشته باشد، نکته ای چنان ژرف که فرهنگ حاکم (فرهنگی که در رسانه ها بازنمایی می شود) از آن آگاهی ندارد. به گمان وی، یک نفر پنهانی این نکته را در فیلم قرار داده است. گِلن تصوری آخرالزمانی نسبت به دنیا دارد، این موضوع چنان که پیش تر گفتم مرتبط با جریان های حاکم بر فرهنگ عامه و معاصر اوَنجلیکال است. وی مرز بین امر مقدس و کفر را در تضاد میان فرهنگ های رسانه ای سکولار و دنیای اوَنجلیکال می بیند.

گِلن:

وقتی مجله ای رو از توی قفسه برمی دارید، می بینید که نصف اون مزخرفاته. واقعاً همینه. هیچ چیز آموزنده ای در اون دیده نمیشه؛ ولی وقتی به فروشگاه کتاب های مسیحی میرید آثار آموزنده ای پیدا می کنید؛ برای نمونه آثار اُسوالد چَمبرز(۱) از نظر من چیزیه که ادبیات ارزشمند خونده میشه. جیمز دابسن هم آثار فوق العاده ای داره، همین طور چاک کُلسن.(۲) نویسنده های خوب فراوونی در اون جا آثارشون رو عرضه کردن ولی اینا فقط بخش کوچکی رو تشکیل میده. اگر یکی از این کتاب های خوب رو به کسی بدید ممکنه بگه: «آه، من این خزعبلات رو نمی خونم.» پس مسئولیت ما در جامعه اینه که هنجارهایی رو تثبیت کنیم. ما به شدت در حاشیه قرار گرفتیم. به نظر من وضعیت اجتماعی، شبیه سودوم و عموره باستان شده. من از این وضعیت انتقاد

۱- Oswald Chambers

۲- Chuck Colson

می کنم. ولی عمیقاً اعتقاد دارم که خداوند ما رو راهنمایی خواهد کرد. وقتی انجیل رو می خونم متوجه میشم که دوره آخرالزمونِ توصیف شده به ما نزدیکه. فکر نمی کنم وضعیت دوره آخرالزمون با موقعیت کنونی ما تفاوت چندانی داشته باشد.... به داستان معبدی که بازسازی میشه توجه کنید، ببینید که حالا چه اتفاقاتی داره در بازار مشترک می افته. همه چیز به یورو و دلار ختم میشه. این وضعیت به جایی می رسه که در کتاب وحی(۱) دربارهٔ پایان جهان شرح داده شده. جنگ ها، جشن ها، قحطی ها، این ها اتفاقاتیه که داره می افته و روند فزاینده ای هم داره.

در جای دیگری از مصاحبه، گِلن به نکته خاصی در رسانه ها اشاره می کند که از نظرش به طور خاصی ژرف و معنا دار است. وی به برنامه تلویزیونی اندی گریفیث اشاره می کند.(۲)

گِلن شخصیتی را که گریفیث نقشش را بر عهده دارد، واجد آرمان های هنجاربخش پدرانگی و حس مسئولیت می داند. هم‌چنین شخصیت ران هاوارد را (در دورانی که بازیگری کودک بود) شخصیتی آرمانی، نشان‌دهنده پسرانگی معصومانه و شیرین می داند. نکته کنایه آمیز آن که، گِلن شخصیت آن پسر را در تضاد با جایگاه حرفه ای ران هاوارد بزرگسال در مقام کارگردان فیلم می داند؛ زیرا آثار وی را در

۱- Revelation: آخرین کتاب عهد جدید که در آن خداوند آیندهٔ بشر را به یکی از حواریون، سَن جان، وحی می کند (م.)

۲- این مجموعه طی سال های ۱۹۶۰ تا ۱۹۶۸ از شبکه CBS در ایالات متحده پخش شد و کلانتری در شهری کوچک از جنوب آمریکا را نشان می دهد که نقش وی را گریفیث بازی می کند. او با پسرش و یک خاله زندگی می کند که کارهای خانه را انجام می دهد. هرگز مشخص نمی شود که آیا کلانتر طلاق گرفته یا زنش را از دست داده است، ولی به هر صورت همسری در زندگی اش وجود ندارد. عدم حضور همسر و نبود رنگین پوستان در برنامه به عنوان نمونه هایی از توجه به دوره خاصی از اضطراب اجتماعی ناشی از تحول در روابط نژادی و جنسیتی مطرح می شود.

مقام فیلم ساز، کفرآمیز می پنـدارد.(۱) گِلن نیزماننـد بسـیاری از مصاحبه شوندگان ما، در ابتدا به دشواری می توانست رسانه ها را با ایمان و معنویت مرتبط سازد؛ ولی همان طور که مصاحبه ادامه یافت، مشـخص شد که وی این موضوعات را از جهات زیـادی بـا هم مرتبـط می دانـد. دیـدگاه کلی او به رسـانه ها چنان است که نخست و بیش از همه آن ها را منبع افکار و ارزش هـای منفی و ضـداجتماعی می دانـد. هم‌چنین بـاور دارد که بنـا بر تعریـف، در مرزی که مقـدسات از امـور کفرآمیز جـدا می شونـد، رسانه ها در قلمروی کفر قرار می گیرند. از نظر وی در مرحله بعد، ارتباط بین رسانه ها و ایمان با مجموعه ای از افکار دربـارهٔ ارزش هـای اجتماعی معاصـر به ویژه نژاد و جنس برقرار می شود. این موضوع با احساسات وی درباره معنای اجتماعی برنامه تلویزیونی اندی گریفیث، نمایان می شود که آن را ارزشمند ولی متعلق به گذشته می داند. به گمان گِلن، امور از نوعی نظم طبیعی برخوردارنـد که در دوره مـدرن مختـل شـده است. از سوی دیگر، رسـانه هـا عامل و تشدیـد کننـده چنین اختلالی هستند. آن ها به بروز چنین اختلالی کمک می کنند و حتی نماد آن نیز محسوب می شوند.

به هر روی، از نظر گِلن برخی از رسانه ها نقشـی مکمل و اصیل در تقویت ایمان و معنویت دارند، به ویژه رسانه های مسیحی، از جمله کتب و دیگر منابع کانون خانواده، متعهدان و کتاب های نویسندگانی چون

۱- :Ron Howardوی فیلم های قابل توجهی از جمله سرقت بزرگ خودرو، آب پاشی!، شعله آتش، آپولو ۱۳، ذهن زیبا، مرد سـیندرلایی و رمز داوینچی را کـارگردانی کرده است. در حـالی که فیلم هـای قبلی اش سـمت و سـوی تجـاری داشـتند و متنوع بودند، فیلم های اخیرش با تحسین فراوان منتقدین روبه رو شده اند.

تیم لهـایی و چـاک کُلسن. او حتی می پـذیرد که شایـد رسانه های سـکولار از جمله فیلم های هالیوودی، ظرفیت انتقال نکات مهمی از ارزش های معنوی را داشـته باشـد. در کل، گِلن این واقعیت را قبول دارد که شایـد رسانه های خاصـی بتوانند ایمانی اصـیل را نشان دهنـد. با وجود این، [او] کفرآمیز و ضد مذهب بودن رسانه های سـکولار را امری طبیعی و بدیهی نمی شـمرد؛ زیرا بـا جنبه مقـدس زنـدگیِ اصـیل، مؤمنانه و رسانه های مرتبطِ با ایمان در تضاد است. شـنیدن این توضـیحات گِلن در حکم بخشـی از روایـات موجه دربـاره خود، به ما امکان می دهـد تا او را در حکم نماینـده برخی از افکار، بهتر درک کنیم. وی در درجه نخست سـعی دارد تا با وجود برخی از تضادها، نوعی انسجام و پیوستگی برقرار سازد. این موضوع به ویژه در بحث های او دربـارهٔ مردانگی و معنویت آشـکار است. وی بـا عنـایت به دیـدگاه هـای سـنتی در پروتسـتان گراییِ محـافظه کار، معنویت مردانه را نوعی اسـتقلال می داند که از طریق رهبریِ معنوی (اصطلاحی اوَنجلیکال دربارهٔ هنر) ابراز می شود. هم زمان روایت او نشان دهنده مبارزه ای با نقش ها و روابط جنسـیتی معاصر است. در ادامه وی، نوعی رویکرد را برای درک جنسیت پیشنهاد می دهـد که بی تردیـد متأثر از تجربه وی از حضور در سازمان متعهـدان است. این رویکرد بر دیـدگاهی متعادل تر نسـبت به مردانگی تأکید می ورزد. به نظر وی مردان باید وجه زنانه خود را تقویت کنند.

در درجه دوم، توصـیفات و دیـدگاه های گِلن دربارهٔ مسـئولیت های پـدری نشانه هایی دارد که چنـدان با واقعیت، داعیه ها و ارزش های مدرنیته سازگار نیست و لازم است که نوعی انسجام و تداوم در

توضیحاتش به وجود آورد. از یک سو وی تلاش می کند تا رهبریِ معنوی خود را در خانه شرح دهد، ولی از سوی دیگر نمی خواهد این رهبری را هدایت گرانه یا تحمیلی بداند. او به خوبی متوجه است که رسانه ها، کتب، مجلات، تلویزیون، سینما و موسیقیِ عامه پسند، شاخص ها و منابع فرهنگی مهمی هستند. با این حال علاقه ای به کنترل آن ها ندارد. چنان که گفتم او نیز، مانند بسیاری از والدین می خواهد مواردی را توصیف کند که در آن رهبریِ معنوی اش باعث آموختن نکات مثبتی به بچه ها شده و به آن ها امکان داده تا کم و بیش شخصاً تصمیمات درستی بگیرند. رخدادی که وی شرح می دهد ـ چگونه پسرش آثار موسیقی نامناسبی را از اینترنت گرفته بود ـ نشان می دهد که شخصاً دخالت کرده ولی موقعیت را چنان ارزیابی می کند که گویی پسرش خود تصمیم به پرهیز از این کار گرفته است، تصمیمی که اتفاقاً با خواسته گِلن مطابقت دارد.

در درجه سوم، افکار وی دربارهٔ مسئولیت های پدرانه آشکارا هنجاربخش هستند؛ چنان که وی می خواهد خود و افکارش به صورت الگویی برای دیگران درآید. از سوی دیگر نوعی احساس نهفته هنجاربخش هم وجود دارد، نوعی فلسفه اجتماعی که خودیاری(۱) گِلن را با فرهنگ گسترده تری (متأثر از رسانه ها) مرتبط می سازد، فرهنگی که به جای خوداتکایی،(۲) بر قربانی بودن تأکید می ورزد. مهم است که بدانیم این کشمکش از نظر گِلن، دارای عناصر مذهبی و معنوی است. وی

۱- self-help

۲- self-reliance

ایمـان مـذهبی اش را به شـدت مرتبـط بـا غلبه بر نوشـخوارگی خود می دانـد. پس مسـئله خوداتکـایی را نیز عمیقاً دارای جنبه معنوی می پنـدارد. وی نمی توانـد این دو را از هم جـدا کنـد. بنـابر تعبیر وی، رسـانه هـا به دو روش در کمرنـگ سـاختن این ارزش معنوی [خوداتکایی] نقش دارنـد. رسانه ها نمونه هایی از نحوه قربانی ساختن افراد را در قالب گروه های اجتماعی و نه در سـطح فردی نشـان می دهنـد و در تلاـش برای زمینه سازیِ چنین مواردی (از نظر گِلن) عـذرهایی برای افراد می تراشـند تا وضـعیت معنوی خود را بهبود نبخشـند. رسانه ها بیشتر بر تضاد ارزش های مادی با ارزش های زاهدانه تأکید می کنند و بدین ترتیب نوعی از شـرافت اخلاـقی را کمرنـگ می سازنـد که گِلن آن را در ایجاد خوداتکایی معنوی مهم می شـمرد. نمی توان نادیده گرفت که بخش عمده ای از توضـیحات گِلن دربارهٔ فلسفه اجتماعی ـ معنوی اش، با توجه به نژاد شکل می گیرد. این بیـانیه هـا، اظهارات ساده ای درباره موضوعات قربانی کردن، خوداتکایی و کنترل فردی به مفهوم انتزاعی نیسـتند. وی در مثال هایی که می زند بر نژاد تأکید دارد و این موضوع، آشکارا برای اش مهم است.

در درجه چهارم، روایات گِلن وی را با دیگران مرتبط می سازند. بدین ترتیب گِلن اسـتنباط از خودش را در روایت، با مفهوم ارتبـاطش بـا دیگران پیونـد می دهـد، به ویژه ارتبـاطش بـا فرزنـدان، لیز و مردانی که شـبکه اجتمـاعیِ او را در کلیسا به وجود آورده اند. یکی از این موارد، هنگامِ شـرح ارتباط وی با پسرانش بیان می شود. وی آرزو دارد جوهرِ مردانگی واقعی را به آن ها منتقل کند. گِلن موردی را تداعی می کند که حالات سرکوفته تجربه مذهبی نامیدم و در فصل سه به آن پرداختم. به

گفته او یکی از چیزهـایی کـه جامعه نیاز دارد، مناسک گـذر عینی برای مردان جوان است. این موضوع، یکی دیگر از تضادهایی را برطرف می کند که در روایت گِلن وجود دارد. تضاد بین جامعه ای غیرشخصی، اشباع شده از رسانه ها و برخوردی شخصی و فردی با آن چه درست، خوب و مناسب است.

و بالاخره در درجه پنجم، یک جنبه خاص هنجاربخش یا اخلاقی ظاهر می شود؛ زیرا گِلن پیش‌تر نوشخواره بوده ولی آن عادت را کنار گذاشته است. او خود را به صورت فردی می بیند (و آرزو دارد ببیند) که با تلفیقِ کنش مستقل خود و پایبندی به ایمان، بر بیماری غلبه کرده است. تمرکز وی بر تجربه اش (نقش محوری آن در روایت فردی او) بخش عمده ای از گفته های او را (در واقع کل مصاحبه) را تشکیل می دهد.

پس در بحث وی، رسانه ها و مذهب چگونه با هم مرتبط می شوند؟ جالب است اشاره کنیم که از نظر گِلن، سنت مذهبی و نهادهای مذهبی اهمیت خاصی ندارند. وی از کاتولیک گرایی به پروتستان گرایی اوَنجلیکال تغییر مسلک داده و گرچه به طور مرتب در کلیسا حضور می یابد، بیشتر به شبه کلیساهای اوَنجلیکال توجه دارد، تشکیلاتی مانند متعهدان و کانون خانواده. وی آن ها را مهم تر از نهادهای کلیسایی می داند. از سوی دیگر این موضوع مرتبط با زندگی نامه خود او و تجربه اش پس از رهایی از چنگال نوشخوارگی است. همان تجربه ای که وی به طور فردی از سر گذرانده و برای او نوعی خوداتکایی به وجود آورده که او را به روشی شخصی و قدرتمندانه (با اجتناب از نهاد و اصول

نظری) بـه ایمـان پیونـد داده اسـت. از نظر گِلن فلسـفه اجتمـاعی او حکم اصـل نظری را دارد که البته بـا علاـقه وی به ادبیـات آخرالزمانی بیان می شود. رابطه وی با رسانه ها از این هم جالب تر است. از یک سو وی به شدت در گیر فرهنگ اوَنجلیکال و رسانه ها[ی مذهبی اوَنجلیکال] است. گرچه در جایی از مصاحبه اش از صحبت دربارهٔ پخش برنامه های مذهبی طفره می رود (بخشـی کـه در این جـا آورده نشـده است) ولی خـود و همسـرش لیز، خوانندگان همیشگی آثـار ادبی از جمله کتـاب هـا و نشـریاتی بر گرفتـه از منـابع مختلـف هسـتند. احتمالاًـ انجمن کتـاب فروشـان مسیحی وی را یکی از خوانندگان آرمـانی خـود محسوب خواهـد کرد. از طرف دیگر، وی مرزی بین این رسانه ها و رسانه های سـکولار ترسیم می کند. به عقیده گِلن رسانه هـای سـکولار از جنبه ای مـذهبی هسـتند؛ زیرا به شـدت به گوشه تاریکی از چیزی می پردازنـد که وی آن را پرسـشِ معنویِ قربـانی بودن در برابر خوداتکایی می دانـد. هم چنین آن ها شاخص های مهمی از مادی گرایی و انحطاط اخلاقی را نشان می دهند.

رسانه ها برخلاف مسیرِ دیدگاهِ صـریح و زاهدانه وی نسبت به زندگیِ اخلاقی حرکت می کنند، همان چیزی که گِلن بر آن تأکیـد خاصـی دارد. با وجود این، شـرایط مسـئله ساز است؛ زیرا او باید نقش مهمی را تشـخیص دهد که فرهنگ رسانه ها در زنـدگی اجتماعی فرزنـدانش ایفا می کننـد. وی تلویحاً می پـذیرد که پسـرانش از رسانه های سـکولار اسـتفاده می کننـد، این چیزی نیست که گِلن بتوانـد آن را تغییر دهد. هم چنین تمایل ندارد پدری باشد که زندگی رسانه ای فرزندانش را هدایت می کند. گِلن این مرز را در قلمروی رسانه های سکولار هم می بیند. در

رسانه های سکولار، آثاری چون برنامه تلویزیونی اندی گریفیث وجود دارند که پذیرفتنی هستند. او هنگامی که ماجرای جلسات تماشای فیلم را تعریف می‌کند، می گوید از این فکر خوشش آمده که حتی رسانه هایی که شاخص های اخلاقی مناسبی ندارند، می توانند از معانی ژرفی برخوردار باشند؛ ولی به هر حال مرز مورد نظر او، هم‌چنان وجود دارد. وی آشکارا معتقد است که نیروهای نهادینه بزرگی دست اندرکار هستند (مضمونی عامه پسند در فرهنگ رسانه ای اوَنجلیکال) و این که نکات مهم و مثبتی که شاید در فیلم های هالیوود دیده شوند، به طور تصادفی در این آثار گنجانده شده اند. جای گفتن ندارد که گِلن دانگِل شرح زندگی خود را نوعی خودبیانگری هنجاربخش می‌داند. وی مایل است که خود را به شیوه خاصی ترسیم و ارائه کند. روایت او ضمن پیوند با افکار ریکور، مجموعه ای از عناصر را آشکار می سازد که برخی مصنوعی و برخی متناقض هستند و وی آن ها را به صورت زنجیره ای منسجم در کنار هم قرار داده است. این روایت، سرشار از ایده ها و آرزوهای هنجاربخش است. افزون بر این، نکات فراوانی را دربارهٔ حضور نسبی رسانه ها و مذهب در تجربه اجتماعی و زندگی روزمره گِلن آشکار می سازد. در بخشی از زندگی وی، رسانه ها مطرح هستند و نهادهای مذهبی حضور ندارند. رسانه های خاصی به ویژه رسانه های اوَنجلیکال عناصری مهم و حتی حیاتی را در فلسفه اجتماعی ــ معنوی گِلن تشکیل می دهند. عناصر مذهبیِ نهادینه و کلیسایی اهمیت کمتری دارند. گِلن در راستای افکار روف دربارهٔ مذهب و دیانت نسل آمریکا، علاقه ژرفی به سیال و در عین حال ثابت بودن نشان می دهد؛ البته این

را هم بخشی از جست وجوی خود به شمار می‌آورد. وی خود را مسئول ایمان و رستگاری آنان می داند و در ذهن خود شواهد دیگری از موفقیت این رویکرد را می یابد که نتیجه بهبود و موفقیت آن بوده است. گِلن دنیا را عرصه کشمکش با آرمان های هنجاربخشِ اجتماعی و معنوی خود می داند. این افکار، ضمن تجربه او با آثار خاص رسانه ای و نوعی قلمروی فرهنگی و هم چنین از طریق رسانه های این فرهنگ و کشمکشی که با آن آرمان ها دارد، کامل شده اند. از نظر وی مسیر روشن است، ولی مرز در جای دیگری قرار دارد، نه بین دنیای مقدس ـ که در اثر تضاد میان اصول نظری مذهبی پدید آمده ـ و قلمروی رسانه های سکولار قرار گرفته است. گِلن در فرهنگی زندگی می کند که با رسانه ها تعریف می شود. وی چیزهای فراوانی درباره قلمروی رسانه ها می بیند و درک می کند و با خطوط کلی آن آشناست. از نظر وی کشمکش بین آرمان ها ـ دنیای هنجاربخش معنویت ـ و دنیایی جایگزین که به موعظه دربارهٔ قربانی بودن و نابسامانی معنوی می پردازد، خوداتکایی را تقویت می کند. در هر دو سوی این خلیج، رسانه هایی وجود دارند. به نظر می آید که تمایز میان آن ها به دو صورت ایجاد می شود. ابتدا رسانه هایی وجود دارند که بنابر تعریف، خوب هستند. رسانه هایی که بر اساس یا مطابق با ارزش ها و نمادهایی پدید آمده اند که وی آن ها را با کتاب های مسیحی و دیگر آثار منتشرشده ای مرتبط می داند که همراه با لیز می خواند، هم‌چنین مثلاً موسیقی مسیحی که وی پسرش را به شنیدن آن تشویق می کند.

دوم، رسانه هایی که اساساً وجه سکولار آن ها غالب است، ولی (در

راستای جنبه های سنتی ادراک شده) کلاً مضر نیستند و قابل قبولند (گریفیث) و یا نکاتی از حقیقت در خود دارند. البته سیاست های این دنیای دوم به گونه ای است که گِلن کاملاً به آن ها اعتماد ندارد؛ زیرا به انگیزه آن هایی که این نکات را ارائه می کنند، مشکوک است. برداشت وی از سیاست های فرهنگی دوران باعث شده تا به رویکرد رسانه ها به فلسفه اجتماعی و اخلاقی تردید داشته باشد؛ زیرا آن را ماحصل دیدگاهی جهانی می داند که می خواهد به شیوه های خاصی بر جامعه و فرهنگ تأثیر بگذارد. پس نوعی کشمکش فرهنگی جریان دارد و کاملاً مشخص است که گِلن در کدام جبهه قرار دارد.

مسلماً گِلن ساده ترین موردی نیست که می توان برای بررسی نمادگرایی مذهبی در رسانه های جمعی مورد توجه قرار داد. چنان که در فصل های بعدی خواهیم دید، روایات آشکارتری هم وجود دارند. گِلن نمونه ای است که انتظار داریم علاقه کمتری به رسانه های سکولار داشته باشد و البته به هر شکل آن ها را مورد توجه قرار دهد. بنابر رده بندی روف که در فصل های پیش دربارهٔ آن بحث کردیم، گِلن در جایی بین دو دیدگاه سنت گرا و بازمتولد قرار می گیرد. در واقع او موردی است که تا حدی این رده بندی را مسئله دار می کند، نکته ای که در دو فصل آتی به طور مفصل مورد بحث قرار خواهیم داد. وی در مقام فردی سنت گرا، چندان تمایلی به جستن یا یافتن منابع مذهبی یا فرهنگی در قلمروی رسانه ها ندارد. ولی گِلن در مقام فردی بازمتولد بیشتر به منابعی تمایل دارد که از بازار گسترده فرهنگ عامه اوَنجلیکال می آیند. چنان که خواهیم دید این توصیف، از جنبه استفاده از رسانه ها و روابط بین

رسانه ها و مـذهب در روایت فردی، بسیار برازنده اوست ولی در عین حال قدری سطحی نیز هست؛ زیرا می توانیم تصورات گِلن از روابط بین مـذهب و معنویت و رسـانه ها را نه در رده بنـدی های اسـتقرایی روف، بلکه در ترکیب خودساخته گِلن از زنـدگی نـامه شخصـی و فلسـفه اجتمـاعی ـ معنوی اش بیابیم. همین فلسـفه اجتماعی ـ معنوی، انگیزه ها را بهتر از رده بنـدی روف، در جایگاهی که می تواند برای گِلن در نظر بگیرد، تعریف می کند.

نمی خواهم بگویم که بایـد رده بنـدی های روف را کنار بگـذاریم. در واقع این ها بخش مهمی از تحلیل ما را طی فصل های بعدی شـکل می دهند. در عوض می خواهیم بگوییم که رده بندی به شـیوه ای که روف انجام داده است، در سـطح خاصی از تحلیـل ارزشـمند است. به ویژه برای نگرش به طبقـاتی از هـویت مـذهبی و تجربه مـذهبی مفیـد است و نکـات فراوانی دربـارهٔ دوران فرهنگی و تـاریخی معاصـر می گویـد. از طرفی چنین عناوینی، کاملاً جنبه واقعی دارنـد و می تواننـد بخشـی از روایات خود مردم باشـند یا عملاً هسـتند. آن ها در سـطح مشخصـی با کنش ها و افکار خاصی مرتبط می شوند و حتی آن ها را پیش بینی می کننـد (چنان که دربارهٔ اسـتفاده گِلن از رسانه های گوناگون دیدیم). به هر روی لازم است تا در سـطوح ژرف تر در موارد فردی و روایات موجه درباره خود، ترکیبات و نتایج دیگری هم ملاحظه شوند. این که به چه سـطحی خواهیم نگریست، تا اندازه ای به این موضوع برمی گردد که چه چیز در اختیار داریم، چه ظرفیتی برای بررسـی داریم و نیز چه پرسـش هایی می خواهیم مطرح کنیم. چنان که خواهیم دید، مورد گِلن نشان می دهد که ما با

بررسی روایات، هم در چهارچوب خودشان و هم از دریچه نگاه نگره پردازان و رده بندی های آنان (از جمله روف) می توانیم چیزهای فراوانی بیاموزیم.

در فصل های بعد هنگامی که به مسئله چگونگی ارتباط مذهب و رسانه ها در تجربه اجتماعی معاصر می پردازیم، برحسب ضرورت به روایات فردی با جزییات کمتری توجه خواهیم کرد. در عوض به تعداد بیشتری از روایات خواهیم نگریست و آن ها را به روش هایی طبقه بندی خواهیم کرد که به تأویل های ما کمک کنند. البته باید به یاد داشته باشیم که هر یک از این روایات مانند روایت گِلن مجموعه ای منحصر به فرد از شرایط و نسبت های خاص خود را دارند. به هر حال گِلن به ما کمک کرد تا جایگاه چنین روایاتی را دریابیم. چنان که از زبان این مصاحبه شوندگان می شنویم، می توانیم بپذیریم که توصیفات شخصی-شان از نظر شیوه ارتباط رسانه ها و مذهب در ایجاد هویت آن ها اهمیت خاصی دارد.

سه فصل آتی، ارائه و تحلیل روایات موجه درباره خود را در کانون توجه قرار می دهند. در فصل پنج به مجموعه ای از روایات خواهیم پرداخت که کمک می کنند نقش رسانه ها را در فرهنگ زندگی روزمره توصیف کنیم. این روایات، زمینه را برای تحلیل نقش خود در پیوند با مذهب و معنویت فراهم می آورند.

در فصل های شش و هفت دربارهٔ روش های روایات مختلف برای بیان انواع چیزهایی که مردم در قلمروی رسانه ها می جویند و می یابند صحبت خواهیم کرد، روش هایی که با جست وجوی مذهبی یا معنوی

مرتبط می شوند یا در خدمت آن ها عمل می کنند. برای انجام این کار، ما بر رده بندی روف تکیه خواهیم کرد (و به نوعی آن را به محک آزمون هم خواهیم گذارد) و خواهیم دید که چگونه می توان این رده بندی های اصلی هویت و کنش را در ارتباط با آثار و نمادهای رسانه ای بیان کرد.

در فصل هشت دربارۂ این واقعیت صحبت خواهیم کرد که روابط بین رسانه ها و مذهب پیچیده است. در همان جا به روش های گوناگونی خواهیم پرداخت که افراد از طریق آن ها با رسانه ها ارتباط می¬یابند، این که رسانه ها برای زندگی مذهبی و معنوی چه می توانند انجام دهند. طی این مصاحبه ها به توضیحات دربارۂ رسانه ها خواهیم پرداخت که نوعی نقش مرموز و متناقض را برای رسانه ها آشکار می سازند. باید ببینیم این توضیحات دربارۂ معناهایی که پدید می آیند چگونه است؟

در فصل نُه، از سطح زندگی خانوادگی و روزمره، به زمینه گسترده ترِ جایگاه رسانه ها در کانون شکل گیری و بیان تجربه مذهبی و معنوی در زندگی فرهنگی، اجتماعی و سیاسی خواهیم پرداخت. فصل دَه نیز، بسیاری از مسیرهای پژوهش در کتاب را با بررسی تضادها و تناقض هایی که در این راه یافته ایم و نیز نتایجی که می توانیم بگیریم، ترسیم خواهد کرد.

پاره پنجم: درک مذهب و رسانه ها

اشاره

پاره پنجم: درک مذهب و رسانه ها

برای بررسی مذهب در عصر رسانه ها چند روش وجود دارد. ابتدا باید گفت در این مقطع از تاریخ، وسایل ارتباطی نهادینه، کالایی و روزمره شده اند، امری که نتایج عظیم سیاسی، اجتماعی و ساختاری در پی داشته است. بحثی که در این جا مطرح می کنم، از دو فرضیه دربارهٔ موقعیت پدید آمده سرچشمه می گیرد؛. نخست این که تفکر درباره مذهب و رسانه ها تنها از جنبه نهادینه ـ ساختاری باعث غفلت از این امر می شود که در زندگی معاصر، رسانه ها و مذهب به شیوه های قابل بحثی با هم تعامل داشته اند. دوم، این تحولات نوع خاصی از راهبرد تحلیلی را محقق می سازند: نوعی که درک رسانه ها را کانون توجه قرار می دهد و به بررسی متون و عملکردهای استفاده از آن ها می پردازد. ما به تدریج [در کنارِ] کار اصلی، پژوهش میدانی را مورد توجه قرار

می دهیم و متون و درک رسانه ایِ مرتبط با مـذهب و معنویت را بررسـی می کنیم. چنان که قبلاً گفتم، شاید رفتن و پرسـیدن از مردم دربـارهٔ رسـانه هـا، دربـاره برخورد آن هـا و چگونگی ارتبـاط این رسـانه هـا بـا حالات و انگیزه هـای مـذهبی، روش مستقیمی به نظر آید؛ ولی چنان که خواهیم دید این روش، چندان هم مستقیم و ساده نیست؛ نخست، مهم است تا پرسش ها را به گونه ای مطرح کنیم که پاسخ ها بدیهی نباشند.(۱)

در فصل چهارم در مورد پدیده توضـیح دربارهٔ رسانه ها صـحبت کردیم و می توان آن را در زمینه های خاصـی به عنوان تأثیر مطلوبیت فرهنگی یا گرایش به ارائهٔ پاسخ های مطلوب از نظر اجتماعی توصیف کرد. پس می توانیم انتظار داشته باشیم برخی از گفت و گوهای ما تا حدی چنین پاسخ هایی داشته باشند. این موضوع به ویژه زمانی صدق می کند که برای نمونه بپرسیم:

رسانه ها چه تأثیری بر زنـدگی مـذهبی یا معنوی شـما دارند؟ پس وقتی در بخشـی از روند مصاحبه های مان چنین پرسشـی را مطرح می کنیم، کمتر خودنما و برجسته می نماید. علت این است که قوی ترین یا متقاعدکننده ترین دلیل برای نقش رسانه ها در مذهب و معنویت، از گفت و گویی درباره مذهب و معنویت شـکل می گیرد که در آن ارجاع به رسانه ها طبق روال طبیعیِ بحث صورت می گیرد. خواهیم دید که این اتفاق چگونه می افتد. هنگام صحبت از مذهب و معنویت، کار به صحبت

۱- این اصطلاح را یکی از اساتید من، رِی بردویسِل برای تشریح نوعی پژوهش اجتماعی به کار برد که ناآگاهانه نتایج بدیهی و توضـیح واضـحات را در پی می آورد. در واقع، بـا این روش نمی توان مصـاحبه کننـده ای را یـافت که پرسـش را به چالش بطلبد و به آن پاسخ منفی دهد.

درباره رسانه ها هم می کشد و در بحث راجع به رسانه ها نیز از مذهب و معنویت صحبت به میان می آید؛ البته در بیشتر موارد برای ایجاد چنین ارتباط هایی باید قدری کندوکاو کنیم. بنابراین ما یک باره سراغ این موضوع نمی رویم، نخست گفت وگو را از مذهب آغاز می کنیم و سپس به رسانه ها خواهیم پرداخت. آن چه در این جا می بینیم، فرازهایی از روایت‌های خود در نظر گرفته خواهد شد که در فصل گذشته درباره آن بحث کردیم. این روایت‌ها، خود بیانگری هایی هستند که تجربه‌ها، ارزش ها، افکار و آرمان های مصاحبه شوندگان را در هم می تنند، به گونه ای که ممکن است مجموعه ای کلی و یک دست پدید بیاورند؛ البته همواره نیز موفق نیستند، بلکه درست مانند خودِ زندگی، در این روند نیز شکاف ها، تنش ها، ناپیوستگی ها و تضادهایی وجود دارد. هر یک از این روایت‌های شخصی لزوماً در خود نشانه های تجربه ها و روابطی را دارند که چون در مقطع‌ها یا زمان های گوناگونی اتفاق افتاده اند، پراکنده و ناپیوسته‌اند؛ پس باید توضیح داده شوند. به هر حال چنان که در فصل پیش گفتم، مسئله این نیست که چگونه مصاحبه شوندگان می توانند روایت‌های یک دستی ارائه دهند یا این روایت‌ها چه چیز را درباره واقعیت امور آشکار می سازند. هدف ما درک این موضوع است که چگونه نمادها، عملکردها و گفتمان ها در قلمروی رسانه ها با معانی و انگیزه هایی پیوند می‌یابند که آن ها را مذهبی یا معنوی می دانیم. بنابراین عناصر یا اجزای روایت‌های مورد بحث، بیش از همه برای ما جالبند؛ البته چگونگی قرارگرفتن آن ها در کنار هم و نقش آن ها در طرح کلی ما نیز جالب است. بحث را با نگاه به یکی از موضوع‌های بنیادینی که در سراسر این

کتـاب مورد توجه قرار دادیم، یعنی نقش اجتناب ناپـذیر رسانه ها در زنـدگی معاصـر، آغاز می کنیم و در ادامه این رونـد، به کارکرد آن ها در جست وجوی معانی مذهبی و معنوی خواهیم پرداخت.

فراگیربودن رسانه ها

فراگیربودن رسانه ها

بِرنـا پیتُن دختر مـدرسه ای نوجوان و دوازده ساله ای است که با مادرش، کورین و خواهرش سالی، که دو سال از او بزرگ تر است، در حومه شـهری متوسط (از نظر وسـعت) در ایالات متحده زندگی می کند.(۱) بِرنـا و کورین در تحلیل گسترده ای که همکارم لین شـفیلد کلارک انجام داده است، حضور دارنـد. وی، آن ها را در حکم نمونه های متمایزی از مصـرف کننـدگان رسانه ها بررسی کرده است.(۲) علت معرفی دوبـاره آن هـا، ارتباط با نکته ای است که خود کلارک هم مطرح ساخته است؛ مشـکلاتی که تمـام خـانواده هـا هنگام پرهیز از دسترسـی به رسانه ها و تأثیر گسترده شان تجربه می کننـد.(۳) کـورین پیتُن به شدت به اکولوژی (بوم شناسی) علاقه دارد و سبک زندگی معمولی و کلی نگرانه ای را از سر

۱- تمام مصاحبه هایی که در این جا انجام شده، به جز آن هایی که جداگانه یاد می‌شوند، بخشی از مصاحبه هایی است که به نام رسانه ها، معنی و رونـد زندگی و مذهب، معنی و رسانه های جدید در خانه در مرکز رسانه ها، مذهب و فرهنگ دانشـگاه کلرادو انجام شـد. مصاحبه این فصل را دکتر جوزف چمپ صورت داده است. اسامی همه مصاحبه شونـدگان مسـتعار و معیار توافق نامه این پژوهش، سوژه های انسانی، غیرحقیقی و خیالی هستند.

۲- Lynn Schofield Clark, “Being Distinctive in a Mediated Environment: The Ahmeds and Paytons,” Chapter ۶ in Hoover et al. (۲۰۰۴)

۳- Clark, ibid, p. ۹۶

می گذرانـد، سـبکی که وی بسـیار می‌کوشـد دخترانش هم از آن پیروی کننـد. در این کل نگری جایی برای رسانه ها نیست؛ زیرا کورین که مسـیحی مؤمن و یکتاپرست است، آن ها را بسیار مادی و تماشایشان را هدردادن وقت می‌داند. کورین ارتباط آشـکاری میان یکتاپرستی خود و اسـتفاده از رسانه ها برقرار نمی سازد، بلکه ایمان وی با افکارش درباره کل نگری تلاقی می کنـد و منجر به نتیجه‌ای منطقی دربـاره آثاری می شود که از جنبه رسانه ای مناسب هسـتند.(۱) هنگـامی که بِرنا و سالی، آخر هفته به خانه پـدرشان می رونـد، در آن جا تلویزیون تماشا می کننـد، گرچه در خانهٔ مادری شان راحت ترند و البته آن جا هم تلویزیونی وجود نـدارد. کورین قصـد دارد در آینـده دسـتگاه گیرنده تلویزیونی تهیه کند. علت این تصـمیم هم بررسـی نتیجهٔ دیدگاه او درباره تلویزیون و تأثیرهای آن بر سالی و بِرنا است. کورین می گوید:

...می دونیـد بـا تـوجه به وضـعیت سـالی و بِرنـا، شایـد در آینـده تلویزیونی بخریم.... البته اون هـا فقـط در روزهـای آخر هفته تلویزیون تماشا می کنند. پس وقتی همکلاسـی هاشون می پرسـند: «به نظرت دیشب سـریال ER چطور بود؟» یـا سؤال های از این دست، می فهمیم اون ها خیلی هم بی خبر نیستن.

بِرنا:

خیلی ها می پرسن: «هی، ساوث پارک(۲) رو تماشا می کنی؟»

۱- چنـان که من و همکـارانم در رسـانه هـا، خـانه و خـانواده اشاره کردیم، الگوی نظام یافته ای مبتنی بر ایمان مـذهبی وجود ندارد که پیش بینی کند چه کسانی رسانه ها را رد می کنند و برعکس.

۲- South Park سریالی انیمیشنیِ ساخت آمریکا که از سال ۱۹۹۷ برای اولین بار توسط تری پارکر و مت اسـتون ساخته و پخش شده است. شخصیت های اصلی آن ۴ بچه دبسـتانی بد دهن به نام های استن، کایل، کنی و کارتمن هستند که در شهر ساوث پارک در ایالت کلرادو زندگی می کنند.. در هر قسمت، آن ها با ماجراهای عجیبی روبه رو می شوند. با این که از نظر کیفیت بصری، اثر فاقد آن زرق و برق انیمیشن های سینمایی معاصر است ولی گروه نویسندگان و سازندگان مجموعه از همهٔ مضامین سیاسی، مذهبی، اجتماعی و...با زبانی طنز جهت نقد جامعهٔ آمریکا استفاده کرده اند و همین امر آن را به مجموعه ای موفق در جامعهٔ آمریکا تبـدیل کرده است. با این حال بنابر نظر کاربران اینترنتی و بیننـدگان، این کارتون اصـلاً برای کودکان منـاسب نیست؛ چون از صـحنه هـای خشن و خونریزی زیـاد بهره برده است؛ همین طور سازنـدگان سـریال زبان تنـد فیلم های تـارانتینو را به ارث برده انـد و قهرمانـان بـد دهنی خلق کرده انـد. موضوع جـالب دیگر دربارهٔ پارک جنوبی، نگاه هجوآمیز به شخصـیت هـای معروف است؛ جرج بـوش، بن لادن، جرج لوکـاس و اسپیلبرگ به صورت خنـده داری در سـریال حاضـرمی شوند. همین طور آثار معروف سینما مانند: ای تی، بیگانه ها، سگ های انباری و.... به شکل طنزآمیزی وارد داستان می شوند. (م.)

[مصاحبه گر اشاره می کند که دختر نام ساوث پارک را اشتباه تلفظ کرده و مادر خطای او را اصلاح می کند.]

بِرنا:

... من اصلاً نمی دونم چی هست.

کورین:

احتمالاً یکی از سریال های تلویزیونی است.

بِرنا:

شاید سریال کارتونی یا چیزی شبیه اون باشه.

کورین:

بله، حدس من هم همینه.

بِرنا:

خیلی ها در مدرسه می دونن ما تلویزیون نداریم و دوست دارن بپرسن: «چطور بدون تلویزیون زندگی می کنید؟»

مصاحبه گر:

چه جوابی می دهی؟

بِرنا:

میگم: ساده است، منظورم اینه که ما چیزهای زیادی داریم که می تونیم با اون ها مشغول باشیم!

با این‌که به نظر نمی رسد نداشتن تلویزیون در خانه برای بِرنا مسئله مهمی باشد، تجربه وی در این جا نشان می دهد که دیگر نمی توان بدون رسانه ها زندگی کرد یا حداقل خارج از حوزه رسانه بود. خانواده او عملکردی آگاهانه و قاطعانه برای گذراندن زندگی بدون تلویزیون را پیش گرفته اند. در تمام موارد خانواده هایی که تلویزیون ندارند، شبیه خانواده پیتُن هستند. آن ها تصمیم گرفته اند پای جعبه شیشه ای را به خانه شان باز نکنند؛ البته نمی توانند به طورکامل هم از آن ها بپرهیزند. بِرنا و سالی می توانند در خانه پدرشان تلویزیون تماشا کنند (و این کار را هم انجام می دهند) برای نمونه خانم دکتر کویین،(۱) مجموعه تلویزیونی مورد علاقه بِرناست؛ ولی این موضوع که تماشای تلویزیون در شبکه اجتماعی بِرنا (مدرسه)، واقعیتی اساسی است که وی به دلیل برخوردار نبودن از آن، متفاوت شمرده می شود، بیش از هر چیز او را تحت فشار قرار می دهد.

دربارهٔ سطح برخورداری از رسانه ها که آن را تعامل با رسانه ها نامیده ایم، اطلاعات درباره برنامه های تلویزیونی کنونی (و احتمالاً ـ دیگر رسانه ها) برای جوانان در سن‌های متفاوت، تبدیل به یکی از عناصر تبادل اجتماعی می شود. بِرنا تنها نیست. میان مصاحبه کنندگان به راحتی می توانستیم افرادی مانند جیل فالون را بیابیم که می گویند:

اگه تلویزیون نداشته باشین، مردم براتون احساس تأسف می کنن!

۱- Dr. Quinn, Medicine Woman این سریال در ایران با نام پزشک دهکده از شبکهٔ دوم سیما پخش شد. (م.)

در ادامه به خانواده او نیز خواهیم پرداخت. خانواده های پیتن و فالون از کسانی هستند که شاید جامعه شناسان آن ها را جدا افتادگان از چشم انداز کاربرد رسانه ای برمی شمارند. از معدود خانواده هایی که به هر دلیل، بی هیچ مسئله ای از مشارکت در فرهنگ رسانه ها می پرهیزند و تصمیم گرفته اند خود را از آن و پیامدهایش جدا کنند. در هر دو مورد، قضیه این نیست که خانواده ها هرگز تلویزیونی در اختیار نداشته باشند. دخترهای خانواده پیتُن در خانه پدرشان تلویزیون تماشا می کنند و اعضای خانواده فالون به طور معمول و پویا فیلم های ویدیویی می بینند و مجموعه ای نزدیک به دویست فیلم جمع آوری کرده اند.

وایونا فالون ۳۹ ساله و دو دخترش جیل چهارده ساله و یوتا دوازده ساله در شهری متوسط واقع در یکی از ایالات غربی آمریکا زندگی می کنند. وایونا همزمان دو شغل دارد و در عین حال مشغول تحصیل در دوره کارشناسی مددکاری است. این خانواده، به فرقه محافظه کار کلیسای مسیحی تعلق دارند و دخترها به مدرسه‌های خصوصی مسیحی می روند؛ البته حضور رسمی آن ها در این فرقه، محدود به همین اواخر می شود و پس از مهاجرت آن ها به شهر فعلی که حدود چهار سال پیش انجام شد، افزایش یافته است. آن ها به گونه‌ای نامتعارفند؛ زیرا دستگاه گیرنده تلویزیونی معمولی ندارند، بلکه از دستگاه کوچکی استفاده می‌کنند که تلفیق تلویزیون و دستگاه پخش ویدیویی است. آن ها به طورمعمول، با این دستگاه ترکیبی به تماشای فیلم های ویدیویی می پردازند. وایونا علاقه بیشتر خود به نوارهای ویدیویی را به سبب استقلال بیننده هنگام تماشای آن ها می‌داند. طبیعی است که

مصاحبه گر کنجکاو است بداند آیا عادت تماشای فیلم هایی ویدیویی نسبتی با نگرش های محافظه کارانه مذهبی آن ها دارد یا نه (احتمالاً روف این خانواده را در رده بندی مسیحیان بازمتولد قرار می داد).(۱) وایونا پاسخ می دهد:

به گمونم اختلاف زیادی میون تلویزیون و ویدیو وجود داره. فکر می کنم وقتی به فیلم های ویدیویی دسترسی دارید، هرچی می خواهید می بینید؛ ولی تلویزیون فقط چرندیات نشون میده.

مصاحبه گر:

وقتی فیلم های ویـدیویی را کرایه می کنیـد یا آن هایی را که متعلق به خودتان است می بینید، ارتباطی بین آن ها با معنویت یا مذهب می یابید؟

جیل:

ما فیلمی داریم که درباره همین موضوعات است.

یوتا:

منظورت جزیره است؟

مصاحبه گر:

چی؟

یوتا:

منظورم آیلنده.

جیل:

یه فیلم بود...

وایونا:

۱- مصاحبه با خانواده فالون توسط کریستف دمونت _ هانریش انجام شده است.

اوه، منظورت راز آیریش رام است [راز روان آینیش(۱)] ؟

جیل:

بله، فیلم خوبی نبود.

وایونا:

یک جور داستان عامیانه است.

مصاحبه گر نوار ویدیویی مذهبی را در قفسه کناری می بیند و درباره آن می پرسد:

نظرتان درباره فیلم عیسی مسیح سوپر استار(۲) چیست؟

خانواده فالون با هیجان، فریاد، خنده و بحث واکنش نشان می دهند. وایونا می گوید:

قبل از اون که به کلیسا بریم، این فیلم (عیسی مسیح سوپر استار) واسطه مذهبی ما بود. ما وقت عید پاک اون رو تماشا می کردیم.

یوتا:

ما این فیلم رو به خاطر سپردیم؛ به علاوه ترانه هاش رو هم می خوندیم.

وایونا:

ما از وقتی در فلوریدا بودیم، اون رو تماشا کردیم.

جیل:

ما بعضی از فیلم ها رو ضبط هم می کنیم. مثل مونتی پایتن و جام مقدس.(۳)

وایونا:

۱- The Secret of Roan Inish

۲- Jesus Christ Superstar

۳- Monty Python and Holy Grail فیلمی ساختهٔ تری گیلیام و تری جونز. ساختهٔ سال ۱۹۷۲ در آمریکا. (م.)

باید بگم که این فیلم محبوبِ همیشگی شان است.

یوتا در پس زمینه، صداهای بامزه ای در می آورد. فکر می کنم می‌خواهد تا قسمت هایی از [فیلمِ] جام مقدس مونتی پایتن را تقلید کند.

مصاحبه گر می پرسد:

آیا جام مقدس، فیلم همیشه محبوب خانواده است؟

وایونا:

بله من دوستش دارم ولی این دو عاشقش هستند! ما اون رو از تلویزیون ضبط کردیم. قسمتی از جام مقدس هست که تماشاش بد نیست.

جیل:

فیلم بامزه ای ست!

یوتا:

ولی [به نظر] ما واقعاً احمقانه است!

وایونا:

یک کمی مبتذل است. یک جورهایی احمقانه است، ولی...

یوتا:

احمقانه، ولی خنده داره.

وایونا:

ولی بچه ها خیلی دوستش دارن. منم دوستش دارم... فکر می کنم ساختن مونتی پایتن و جام مقدس، از نظر بعضی از مردم نوعی بی احترامی به مذهب باشه.

بی‌تردید، شماری از اعضای کلیسای مسیح این فیلم را بی حرمتی به مسیحیت می دانند. در این جا ما با خانواده ای سر و کار

داریم که هیچ برنامه ای را از تلویزیون معمولی یا کابلی تماشا نمی کنند. دوستان دو

دختر خانواده، این موضوع را امری نامعمول می پندارنـد؛ ولی اعضای خانواده، فیلم های ویدیویی بسیاری برای تماشا دارند و معمولاً ـ جمعه شب هـا، خانوادگی به تماشای شان می پردازنـد. هم چنین آن ها ارتباط های آشکاری میان مـذهب و تماشای فیلم های ویـدیویی برقرار می سازنـد. با این وجود، به نظر نمی آیـد طبق عادتِ تماشای فیلم، درباره موضوعاتی صحبت کنند که از مسیحیان بازمتولد انتظار داریم. آن ها در گذشته عیسی مسیحِ سوپر استار را به منزله فیلمی مقدس تماشا می کردند و حتی امروز گاهی مونتی پایتن و جام مقـدس را می بیننـد و آن را از فیلم های محبوب خود می داننـد. شایـد این احساسِ لذتِ آمیخته با گناه، به خوبی همان استقلالی را بیان کند که وایونا آن را وجه مهمی از خود بیان گری می داند.

در واقع، این راهبرد باعث ایجاد نوعی مصالحه می شود. از یک سو، دیدگاهی وجود دارد که تلویزیون را به هر صورت مضر یا باعث اتلاف وقت می دانـد و از سوی دیگر، جـذابیت های طبیعی و لذتی که تلویزیون و رسانه های دیگر فراهم می‌آورند، قابل چشم پوشی نیست. تجربیات رسانه ای خانواده فالون و تعامل آن ها با رسانه ها که لـذت و خرسندی فراوانی برایشان در پی دارد، هم چنین تجربه حضور اعضـای خانواده هنگام تماشای فیلم کنار یکـدیگر، تضادهایی با توضیح پیرامون رسانه ها از سوی وایونا دارد که تلویزیون را چرنـد می دانـد. راهبرد آن ها (تماشای تلویزیون، نه با تماشای برنامه های آن، بلکه فیلم های ویدیویی) مؤثر افتاده است. شاید فرض کنیم بعضی افراد و خانواده ها این موضوع را به راحتی بپذیرند که نمی خواهند جزیی از فرهنگ رسانه ها باشند. پیش‌تر

درباره شماری از دیدگاه های گوناگون دربارهٔ [حضورِ] رسانه ها در زندگی روزمره صحبت کردیم که جدایی را ممکن می دانند. می توان میان رسانه ها و جنبه های اصیل تر یا طبیعی تر زندگی خطّ واضحی ترسیم کرد که مذهب، مهم ترین آن هاست. ایجاد چنین تمایز هایی در عمل به اندازه تئوری ساده نیست. چنان که خواهیم دید، رسانه ها تقریباً برای همه، به ویژه جوانان، بیش از پیش پذیرفتنی و تا حدودی بخشی از زندگی و فرهنگ شمرده می شوند، به اندازه‌ای که وقتی به آن‌ها دسترسی نداریم، بی درنگ متوجه می شویم.(۱) اگر امکان جداسازی وجود داشت یا می شد رسانه ها را به صورت اُبژه هایی مستقل در عرصه اجتماعی و فرهنگیِ زندگی روزمره در نظر گرفت، [آن گاه] می توانستیم آن ها را بر اساس مجموعه ای به نسبت آشکار و روشن از استنباط ها و عملکردهایی بررسی کنیم که آگاهانه شکل گرفته اند. در واقع بخش عمده ای از آن چه درباره رسانه ها می گوییم و می اندیشیم، تا حدی شامل برخوردِ شناختی با عملکرد رسانه هاست. بر فرض که مردم درباره آن چه انجام می دهند، فکر می کنند و می توانند تأویل گران قابل اعتمادی برای کارهای خود و منابع قابل اعتمادی برای عملکردهای خود باشند، به هر حال جا دارد بپرسیم که آیا این فرضیات قابل اعتماد هستند یا نه؟

۱- من و همکارانم در رسانه ها، خانه و خانواده، به تفصیل دربارهٔ این موضوع هم بحث خواهیم کرد. نگاه کنید به فصل ششم که در آن خانواده پیتن بررسی می‌شوند. دیوید گانتلت و آنت هیل (۱۹۹۹) نیز در زندگی تلویزیونی، به طور مشخص دربارهٔ استفاده از تلویزیون به عنوان دوست یا رفیق نکته‌های مشابهی را مطرح می کنند. هم‌چنین، نگاه کنید به مفهوم شفافیت رسانه ها در لیوینگستن (۲۰۰۲).

زندگی با رسانه ها

زندگی با رسانه ها

دِیل و بانی جانسُن هر دو سی و چند ساله هستند و با دو پسرشان دان شش ساله و کارسن پنج ساله در شهری نه چندان بزرگ در ایالات متحده زندگی می کنند. دِیل، پدر خانواده، پس از چند بار تعویض شغل، در رشته کارشناسی مشغول تحصیل است و بانی هم شغلی پاره وقت دارد. دِیل به هر دو زبان فرانسه و انگلیسی مسلط است، زیرا مادرش در فرانسه به دنیا آمده است. یکی از والدین بانی هم در اصل اروپایی است. آن ها جزو سیاه پوستان آمریکایی هستند و در خانه ای زندگی می کنند که دانشگاه دِیل در اختیارشان گذاشته است. این موضوع کمک فراوانی به آن ها می کند؛ زیرا درآمد خانواده کمتر از ۲۵ هزار دلار در سال است. آپارتمان آن ها کوچک، ولی راحت است؛ البته تعداد اتاق های اش کم است. آن ها در خانه تلویزیون کابلی، دو دستگاه تلویزیون و دو دستگاه پخش ویدیویی دارند (یکی از آن ها در اتاق خواب والدین است)؛ هم چنین به رایانه و اینترنت دسترسی دارند. آن ها صاحب مجموعه ای بزرگ از نوارهای ویدیویی هستند که بیشتر، فیلم های عامه پسند است و در قفسه های جداگانه‌ای، یکی برای بچه ها و یکی برای والدین نگهداری می شوند.(۱) آن ها مسیحیان مؤمنی هستند و به یکی از کلیساهای

۱- مصاحبه با خانوادهٔ جانسن را کریستف دمونت _ هانریش انجام داده است.

مستقل باپتیست می روند؛(۱) البته پس زمینه مذهبی والدین متفاوت است. دِیل درباره پس زمینه مذهبی خود می گوید:

فکر می کنم خونوادم پروتستان، نه ببخشید، پرزبیترین بودن.(۲)

بانی در خانواده‌ای باپتیست از جنوب آمریکا بزرگ شده است. پدر و مادر، هر دو خود را مذهبی معرفی می کنند و بیشتر چیزهایی که از آن می گویند، از طریق ارزش ها و افکار مذهبی شان بیان می شود. برای نمونه وقتی می پرسیم چه چیز از نظر آن ها به عنوان یک خانواده مهم است، هر دو می گویند خودِ خانواده، استفاده بهینه از وقت و تربیت معنوی. پدر و مادر، خود را والدین مسئولی می‌شمارند که می کوشند این موضوع را به وسیله اجرای قواعدی هنگام استفاده پسران از رسانه ها اِعمال کنند؛(۳) البته هم چون بسیاری از خانواده های دیگر، توصیف آن ها از مشاهده رسانه ها در خانه، قدری مبهم است. وقتی می پرسیم معمولاً چه برنامه های تلویزیونی را تماشا می کنند، دِیل و بانی پاسخ می دهند اخبار و تأکید می کنند که منظورشان نخست، اخبار محلی است. وقتی مصاحبه گر می پرسد که آیا برنامه های CNN یا تام بروکاو(۴) یا چیزهایی از این قبیل را می بینند یا نه، دِیل پاسخ می دهد:

۱- Baptism، یکی از فرقه های مسیحی است که بیشتر، از پروتستان ها تشکیل شده است. این نام برگرفته از یک آیین قدسی مسیحی است که معتقدند پیروان مسیح باید به فرمان الهی، غسل تعمید (معمولاً به شکل غوطه ور شدن در آب) داده شوند تا ایمان خود را به همه نشان دهند. (م.)

۲- Presbyterianism: (هم‌چنین موسوم به کلیسای مشایخی) یکی دیگر از فرقه های مسیحی که از پروتستان های اصلاح طلب به شمار می‌روند و اصل آن‌ها در اسکاتلند گسترش یافتند. (م.)

۳- چنین قاعده‌هایی از محسوس ترین و بارزترین موارد هویت خانواده هستند. برای بحثی مفصل تر دربارهٔ این موضوع نک: Hoover et al. (۲۰۰۴).

۴- ۵. Tom Brokaw توماس جان بروکاو، متولد سال ۱۹۴۰ و دارای مدرک در رشتهٔ ژورنالیسم و سیاست از دانشگاه داکوتا در آمریکا است. وی شهرت خود را مدیون اجرای برنامهٔ اخبار شبانگاهی شبکهٔ NBC است. او هنوز هم با شبکهٔ NBC به عنوان یک خبرنگار ویژه همکاری می کند. او تنها فرد در تاریخ شبکهٔ NBC است که در هر سه برنامهٔ مهم خبری آن (Meet the Press، NBC Nightly News، The Today Show) به شکلی حضور داشته است. (م.)

ما MSNBC رو تماشا می کنیم.

سپس هر دو به صورت همزمان می گویند که برنامه DateLine را هم می بینند.

مصاحبه گر:

پس شما هر روز اخبار را تماشا می کنید؟

دِیل:

بله! هر روز برنامه های خبری رو می بینیم.

مصاحبه گر:

در چه مدت؟

دِیل:

شب ها، فکر می کنم حدود دو ساعت.

مصاحبه گر:

هر روز دو ساعت اخبار می بینید؟

بانی:

خب، هر روز که نه.

دِیل:

البته چرا، تقریباً هر روز.

بانی:

چون کـار می کنیم، شب هـا برای روز بعـد ناهـار یـا شـام درست می کنیم. آه... من برخلاف گذشـته، دیگه برنامه هایی مثل برنامه اُپرا (وینفیری) رو نمی بینم (می خندد).

مصاحبه گر:

پس وقتی که اخبار پخش می شود، شما دقیقاً در برابر تلویزیون نمی نشینید تا آن را تماشا کنید؟

بانی:

چرا، البته تمام مدت برنامه تلویزیون رو نمی بینیم.

مصاحبه گر:

منظورتان از ما این است که بچه ها هم آن را تماشا می کنند؟

بانی:

بچه ها در اون موقع خوابن.

مصاحبه گر:

مگر کی می خوابند؟

بانی:

ما سعی می کنیم که اون ها رو ساعت هشت بخوابونیم.

دِیل:

درسته.

بانی:

چون اون موقع دیگه کار زیادی نداریم.

دِیل:

اگه اون ها (بچه ها) تلویزیون تماشا کنن، برنامه هایی که می بینن، کارتون یا چیزی توی همین زمینه ها است.

این اطلاعـات، به این دلیـل جالب است که بخش عمـده ای از پژوهش های اجتماعی درباره اسـتفاده از رسانه ها متکی بر این نوع گزارش های شخصی است و در حکم روشی مطمئن برای ارزیابی مشاهده تلویزیون به شمار می‌رود. دِیل و بانی گفته اند مرتب اخبار را تماشا می کننـد و چنـد برنامه مانند اخبار محلی، MSNBC و DateLine را نام می‌برنـد؛ برنامه هایی که هر روز تماشا می کننـد. مصاحبه گر می گوید این حجم برنامه حدود دو ساعت در روز طول می کشد، مدتش قدری زیاد به نظر می رسـد. هـدف مـا پی بردن به حقیقت موضوع نیست؛ ولی به هر صورت جالب است دربارهٔ نتیجه این گزارش بیندیشـیم. از خود بیانگری والدین مشـخص می شود که اخبار برای شان ارزشمند است و باید هر روز تماشای اش کنند و زمانی که به قول خودشان کار زیادی ندارند، وقتشان را به آن اختصاص می دهند.

وقتی گفت وگو به عـادت هـای کودکـان هنگـام تماشای برنامه ها می رسـد، جانسن ها اشاره می کننـد که همان روز پسـرها برنـامه هـایی چون دختران پاور پاف، آزمایشـگاه دِکستر و کارِج، سگ ترسو را تماشا کرده انـد. بانی با پسـرها درباره کارِج، شخصـیت سـگ کـارتونی شوخی می کنـد و معلوم است آن را بـا بچه ها تماشا کرده است. به نظر می آیـد کارِج برای انجام بیشتر نقشه هایش از رایانه و اینترنت استفاده می کند.

بانی:

منبع دِیل برای دسترسی به رسانه ها رایانه است.

مصاحبه گر:

پس برای کارهای دانشکده از آن استفاده می کنید؟

ص:۲۹۳

دِیل:

برای دانشکده، بله. برای کارهای دانشجویی ام از نرم افزارهای Wordیا مایکروسافت پابلیشر استفاده می کنم. امروز می خوام با نرم افزار Excel کار کنم. اگه نخواستم، به سراغ نرم افزار Minesweeper میرم. من به ندرت ای میل هام رو می بینم.

بانی:

و من هم اصلاً از رایانه استفاده نمی کنم.

مصاحبه گر:

[به بانی] شما اصلاً از رایانه استفاده نمی کنید؟

مصاحبه گر:

[به دِیل] ولی شما هر روز از آن استفاده می کنید؟

دِیل:

نه، من معمولاً ـ چهار بار در هفته برای بازیMinesweeper از اون استفاده می کنم. به گمونم هر نوبت حدود چهل دقیقه طول می کشه؛ ولی سراغ اینترنت نمیرم.

مصاحبه گر:

شما به اینترنت دسترسی دارید، درست است؟

دِیل:

بله، ما به اینترنت دسترسی داریم. فکر می کنم سِرور اترنت(۱) باشه.

مصاحبه گر:

گفتید تقریباً هیچ وقت سراغ اینترنت نمی روید؟

۱- Ethernet یکی از انواع تکنولوژی های اتصال شبکه های رایانه ای که بیشتر به صورت محلی استفاده می شود. (م.)

دِیل:

به ندرت از اون استفاده می کنم. تنها چیزی که دنبالش می گردم،(۱). Mapquest(

بانی:

من هیچ وقت از اینترنت استفاده نمی کنم. به اون کاری ندارم. هیچ علاقه ای به اون احساس نمی کنم. اگر بخوام با کسی صحبت کنم، براش ای میل نمی فرستم؛ بلکه گوشی تلفن رو برمی دارم و با اون حرف می زنم. من یکی از ضد رایانه ها هستم.

دِیل:

بچه ها با رایانه، بازی جنگ تانک ها رو انجام میدن؛ ولی فکر می کنم فقط ماهی یک بار اون رو بازی می کنن. مدتی است اون رو انجام ندادن.

در این جا تصویر خانواده ای شکل می گیرد که به اینترنت دسترسی دارند؛ یکی از والدین از رایانه استفاده نمی کند، در حالی که دیگری می گوید از آن فقط برای حروف چینی و بازی های رایانه ای استفاده می‌کند. مصاحبه گر کنجکاو است که بداند آیا بچه ها هم از اینترنت استفاده می کنند یا نه. مصاحبه گر رو به کارسن و دان می گوید:

آیا شما از اینترنت استفاده می کنید؟

دِیل:

[به جای آن ها پاسخ می دهد] چی!؟ نه اون ها هرگز سراغ اینترنت نمیرن؛ تنها گاهی در سایت shockwave.com یا جنگ تانک ها بازی می کنن.

۱- Mapquest.۷ سرویس رایگان نقشه برداری در اینترنت که متعلق به شرکت رسانه ای AOL آمریکا است. (م.)

بانی:

در واقع اگه بخواهیم بچه هامون در مدرسه از اینترنت استفاده کنن، باید امشب نامه ای امضا کنیم. ما نمی خواهیم به اون ها اجازه بدیم در مدرسه از اینترنت استفاده کنند.

مصاحبه گر:

واقعاً؟ پس در عوض چه می کنید؟

دِیل:

نمی دونم....

بانی:

خُب اون ها به جاش می خونن، می نویسن....

دِیل:

اون ها هر کار دلشون بخواد، می تونن انجام بدن...

دِیل:

دربارهٔ رایانه باید بگم سایت های زیادی وجود دارن که بچه ها می تونن به اون ها مراجعه کنن ولی نمی تونید همیشه در برابر اون ها سپر ایجاد کنید....

بانی:

درسته.

دِیل:

البته تا جایی که به مدرسه مربوط میشه، اون ها نیازی به استفاده از رایانه ندارن. هیچ نیازی به ای میل نیست. نمی تونن بخونن.

نگرانی بانی و دِیل درباره اینترنت و رایانه آشکار است طوری که می خواهند دسترسی دان و کارسن را نسبت به آن ها

محدود کنند؛ ولی همان جمله ای که دِیل می گوید، آن ها هرگز از اینترنت استفاده

نمی کننـد، فـاش می سـازد کـه علاـوه بر بـازی رایـانه ایِ جنـگ تانـک هـا،(۱) آن هـا سـراغ سـایت اینترنـتی و تجـاری shockwave.com(۲) هم می روند. پس دِیل می داند که آن ها از اینترنت استفاده می کنند. مصاحبه گر به این موضوع که دِیـل و بـانی موافق دسترسـی بچه هـا به اینترنت در مـدرسه هسـتند، کنجکاو است. دِیل می گویـد که هنوز وقتش نرسـیده است. وقتی مصاحبه گر می پرسد که چه زمانی مناسب خواهد بود، دِیل پاسخ می دهد:

سؤال خوبیه؛ وقتی که برای انجام هـدفی بـاشه. موضوع مهم همینه. اون هـا در حال حاضـر پنـج و شـش ساله هسـتند و چیزی دربـاره اینترنت نمی دونن. اگه می خوان وارد اینترنت بشن، بایـد از والـدین خود بپرسـند و من اون هـا رو به سـایت هـایی که براشون مفیده می برم. در حال حاضر نیازی به اینترنت ندارن.

پاسـخ خوبی به نظر می رسـد. تنهـا مسـئله این است که بچه ها قبلاً وارد اینترنت شـده انـد و معلوم می شود که فقط این سایت نیست که آن ها درباره اش می دانند. بانی با اشاره به یک وب سایت یا وب سایت هایی که بچه ها معمولاً سراغش می روند، از دِیل می پرسد:

اون چه سایتیه که بچه ها واردش می شن.

دِیل:

Disney.Com یا blueschlues.com؟

دان شش ساله جواب می دهد:

۱- :Tank Battleاین بازی رایانه ای به رایگان از اینترنت دانلود می شود.

۲- سـایتی اینترنتی برای انجـام بـازی هـای رایانه ای، دانلود موسـیقی، فیلم های ویـدیویی، طرح های گرافیکی و غیره که البته مختص بزرگسالان نیست.

.Disney.Com

بانی:

اسمش Disney.Com است؟

دان:

Nickjr.com هم است.

بانی:

بله همینه. ممنونم دان.

دِیل:

بله و اگه بچه ها بخوان با رایانه بازی کنن، از ما می پرسن چه کارهایی باید انجام بدن، در واقع قواعد اصلی رو می پرسن. خُب؟ این روزها بچه ها می تونن رایانه رو کار بندازن و والدین هرگز نمی دونن اون ها چه می کنن. اوه! اون ها با رایانه ور می رونـد؟ خوب بگذارید بازیشون رو بکنن. اگه بچه ها بخوان برای یافتن چیزی وارد اینترنت بشن، از ما می پرسن و من براشون برنامه ریزی می کنم. دوست دارم اون ها جست وجو کنن، بانی هم به این موضوع علاقه‌مند است. ما می خواهیم بدونیم بچه ها به دنبال چه می گردن. پس فعلاً نیازی به اینترنت ندارن، مگر اون که بخوان وارد سایت Nickjr.com بشن، ولی نمی دونم واقعاً می خوان یا نه؛ زیرا تا به حال از Nickjr.com یا سایت های مشابه چیزی نخریدیم.

در این جا تصویری که دانی و دِیل ارائه می دهند، قدری متناقض می شود. در ابتدای بحث، بانی گفت بچه ها هیچ وقت وارد اینترنت نمی شوند. وی ادعا می کند خود، کاربر رایانه نیست. قدری بعد، درمی یابیم بچه ها از رایانه خانوادگی استفاده می کنند و بازی های ویدیویی انجام می دهند و حتی وارد بعضی وب سایت ها می شوند که نام

پنج مورد آن ها ذکر می شود و تازه هیچ یک از این منابع مخصوص بچه ها نیستند.

روشن است که دِیل و بانی می خواهند بر استفاده بچه ها از رسانه ها نظارت داشته باشند و اطلاعات آن ها درباره سایت هایی که بچه ها به آن ها سر می زنند، می تواند شاهدی بر نظارت آن ها باشد. پسرها شش و پنج ساله هستند و از همین سن سفرهای اینترنتی خود را آغاز کرده اند، خواه دِیل و بانی به طور مستقیم دخالت داشته باشند و یا خیر. به سختی می توان پیش بینی کرد نتیجه کار چه خواهد شد. به هرحال، روشن است که دِیل و بانی می خواهند والدینی باشند (یا قلمداد شوند) که در این بخش مهم از زندگی پسرها دخالت دارند و این موضوع از چگونگی درک آن ها از هویت های مذهبی در مقام والدین سرچشمه می گیرد. آن ها به اندازه کافی دغدغه استفاده بچه ها از اینترنت را دارند و به این نتیجه رسیده اند که نباید به بچه‌ها اجازه استفاده از آن را در مدرسه بدهند، هرچند به نظر می رسد کاربرد این وسیله در مدرسه هدفمند باشد. دِیل و بانی اساساً اینترنت را از جنبه سرگرمی آن در نظر می گیرند، نه ارزش های آموزشی و در واقع با اجازه دادن به بچه ها برای ورود به سایت های سرگرمی یا تسهیل آن، به طور عملی کاربرد سرگرم کنندهٔ اینترنت را تشویق می کنند. هنگامی که مصاحبه وارد بحث درباره استفاده پسرها از تلویزیون می شود، همان حالت و احساس پیشین دوباره پدید می آید. مصاحبه گر می پرسد:

گفتید بچه ها تلویزیون تماشا می کنند؟

دِیل:

برنامه های شبکهٔ کارتون رو می بینن.

مصاحبه گر:

فقط همین برنامه ها را می بینند؟

دِیل:

بله فقط همین ها رو تماشا می کنن.

ولی انگار بانی می خواهد چیزی بگوید که دِیل صحبتش را ادامه می دهد:

نیکل اُدئون! (۱) یا نیک جونیور(۲) یا چیزهایی از این دست.

بانی:

و PBS یا چیزهایی از این قبیل. بچه ها در پاییز برنامه های PBS رو تماشا می کنن، چون اون سگ کوچولو رو دوست دارن، اسمش چی بود؟

دِیل:

بله! اسمش ویشبُن(۳) است.

بانی:

ویشبُن، اون ها از ویشبُن خوششون می آد.

دِیل:

بله و دان دیروز داشت شبکه دیسکاوری رو تماشا می کرد که فیلمی دربارهٔ نهنگ ها نشون می داد، به جز اون دیگه چیزی تماشا نکرد.

مصاحبه گر:

۱- Nickelodeon یکی از شبکه های تلویزیونی آمریکا که فقط برنامه های کودکان پخش می کند. (م.)
۲- Nick Junior

۳- Wishbone سریالی ساخته و پخش شده در سال های ۱۹۹۵ تا ۱۹۹۸ در ژانر حادثه ای/خانوادگی. موضوع سریال سگی باهوش و شوخ است (با بازی یک سگ تربیت شده) که خود را جای شخصیت های کتاب ها تصور کرده و و وقایع گوناگونی را تجربه می کند. (م.)

و شما کاملاً بر آن ها نظارت دارید؟

دیِل:

بله!

بانی:

بله!

دیِل:

ما همیشه می دونیم اون ها چی تماشا می کنن.

بانی:

و درست مثل مدرسه من به طور کامل می‌دونم چه موادی به اون ها آموزش میدن.

مصاحبه گر:

دوست دارید چه نوع موادی را به آن ها آموزش دهند؟

بانی:

مایلم به اون ها اطلاعات اساسی، همون دانش پایه رو یاد بِدن. چیزهایی که وقتی من و شما بچه بودیم، یاد گرفتیم و این ها مواد آموزشی بسیار خوبی هستن. اگر اون ها بخوان چیزی یاد بگیرن که من دوست نداشته باشم، به معلم شان میگم و به فکر چیز دیگری می افتیم؛ ولی این موضوع هیچ وقت درباره دانش پایه اتفاق نمی افته. به هر حال من سعی می‌کنم تا جایی که میشه، بر آموزش اون ها نظارت داشته باشم و می خوام به طور دقیق بدونم اون ها چه می کنند.

با شنیدن این سخنان، شنونده احساس می‌کند دقت آن ها درباره برنامه هایی که بچه های شان در تلویزیون می بینند، قدری کمتر از چیزی است که دوست دارند تصور شود. برای نمونه آن ها در این جا به دو

برنـامه خـاص اشـاره می کننـد، ویشبُن و یـک برنامه دربارهٔ طبیعت که از شـبکه دیسـکاوری پخش می شود. همان‌طور که از صحبت های پیشـین فهمیده می‌شود، گویی پسرها سه برنامه اضافی از شبکه کارتون و برنامه صبحگاهی نیکل اُدئون را نیز می بیننـد؛ در حالی که بانی و دیِل دوست دارنـد ما تصور کنیم خطوط آشـکاری دور رسانه ها می کشـند. آن ها و پسـرها بر سـر اسـتفاده از تلویزیون و اینترنت با هم سازش کرده انـد. آثاری که در دسترس بچه ها قرار دارد، بیشتر برنامه های ویژهٔ بچه ها و چیزهای است که آن ها دوست دارنـد. والدین گفتند که مواد درسـی اساسـی و دانش پایه را در مدرسه ترجیح می دهند. این فکر دیِل که بچه ها باید به شکلی آگاهانه و هدفمند از اینترنت استفاده کنند، نکات قابل ملاحظه ای در خود دارد که دیدگاه های بسیاری از سازمان های مذهبی را بازتاب می دهد؛ البته در عمل، موانع و مرزها تا این حد مشخص نیستند.

خانواده جانسن نکات فراوانی درباره زندگی خانوادگی در عصـر رسانه ها به ما می گویند. آن ها آرزوهای مشخص و زیادی برای اسـتفاده بچه ها از رسانه دارنـد و نظارت پـدرانه و مادرانه ای که در این مورد اعمال می کنند، این نکته را تأیید می‌کند. دِیل و بانی، معتقدنـد رسانه ها (هم اینترنت و هم تلویزیون) در این فرآینـد نتایـج خاصـی در پی دارند. آن ها در حقیقت نمی خواهنـد بدانند که دان و کارسن تا چه اندازه با رسانه ها سـر و کار دارند. با وجود این، تجربه‌های آن ها نکته‌های گوناگونی درباره رسانه ها در زندگی خانوادگی نشان می دهد، نکاتی که مهم هستند.

نخست، لازم است رسانه های امروز را در حکم یک بسته (مجموعه) و نه سرویس ها یا تجربیات متمایز در نظر گرفت. فعالیت های آن لاین پسرها در قالب بسیاری دیگر از برنامه های این چنینی قرار دارند که از تلویزیون تماشا می کنند. دوم، چنان که پیش‌تر درباره برِنا و جیل دیدیم، گریز از قلمروی رسانه ها در عمل امکان پذیر نیست، حتی برای پسرهای کم سن و سالی مانند کارسن؛ زیرا رسانه ها حضوری همه جانبه و از جهاتی سازنده دارند؛ برای نمونه، کلیدهای آبی(۱) یکی از برنامه هایی است که بچه ها با آن آشنا هستند، برنامه ای آموزشی، درست مانند ویشبُن.(۲) برنامه های شبکه های PBS و دیسکاوری هم احتمالاً بیش از آن که مضر باشند، مفیدند. سوم، کل این چشم انداز در سطحی ظریف، تلویحی و در عین حال بارز از تبیین اجتماع در زندگی قرار می گیرد. نه والدین و نه پسرها در حقیقت نمی دانند چه برنامه هایی را ببینند و به سراغ چه وب سایت هایی بروند؛ زیرا فهرستی دقیق یا نظارتی کامل بر این فعالیت ها وجود ندارد. فعالیت های یاد شده جذابیت آشکاری دارند، ولی این رسانه ها به صورتی متفاوت با تصور والدین از استفاده آموزشی به کار می روند. آن ها فرض می کنند که مورد دوم تا اندازه ای کنش منطقی و آگاهانه دارد. در حالی که فکر می کنم استفاده از مورد اول، به واقع همراه با منطق و آگاهی نیست. به تدریج رسانه ها چنان نقش بارزی در زندگی پیدا می کنند که خود نحوه استفاده شان را تعیین

۱- Blue’s clues سریالی متعلق به سال ۱۹۹۶ با محوریت دو توله سگ انیمیشنی. (م.)

۲- البته دست کم یکی از خانواده هایی که با آن ها مصاحبه شده است، خانوادۀ کالاهان که در فصل ششم متن گفت و گوی شان را خواهیم آورد، به دلایل مذهبی با ویشبُن مخالف بودند و آن را مطابق با سلیقه خود نمی دانند.

می کننـد، حتی برای والـدینی چون دیِل و بـانی که به نظر می رسـد آگـاه و دقیقنـد. آن هـا هنگـام بحث دربـارهٔ برنامه منظم تماشای فیلم، از آثاری سـخن می گویند که همراه با کودکان خود آن ها را نمی بینند. توجه داشـته باشـید که پسرها فیلم های جنگی را دوست دارند، آن ها بین فیلم هایی که آن ها را نامناسب می دانند (از قبیل نجات سرباز رایان،(۱) جوخه(۲) و سرباز جین(۳)) و فیلم هـایی که از نظر آن هـا منـاسب است (ماننـد فیلم های جان وین، سلسـله فیلم های جنگ های سـتاره ای(۴) و آثاری متعلق به دو دهه پیش تر مانند تاپ گان(۵)) خطی می کشـند. بنابراین، معلوم می شود برنامه ای که پدر و مادر معمولاً به اتفاق کودکان می بینند، برنامهٔ ER است.(۶)

در جـایی دیگر از مصـاحبه، بـانی نظر می دهـد که چگونه جـذابیت یـک برنـامه خاص، در تضاد با ایمان وی قرار می گیرد و توصیف می کند که چطور بین آن ها مرزی به وجود می آورد.

بانی:

۱- Saving Private Ryan فیلم مشـهور استیون اسپیلبرگ که سـرآغاز تحولی در نمایش صـحنه ها جنگ و در کل ژانر جنگی بود و البته با اقبال آکادمی اسـکار، منتقـدین و تماشاگران توام شـد. فیلمی با بازی تام هنکس، محصول ۱۹۹۸ آمریکا. (م.)

۲- Platoon (دسـتهٔ نظـامی) فیلمی از کـارگردان جنجـالی آمریکـا، الیور اسـتون. فیلمی دربـارهٔ جنگ بی نتیجـهٔ آمریکا در ویتنام. با بازی ویلم دافو، جانی دپ، فارست ویتاکر. محصول ۱۹۸۶ آمریکا. (م.)

۳- G.I Jane فیلمی ساختهٔ ریدلی اسکات. اثری دربارهٔ حضور زنان در ارتش آمریکا با بازی جولین مور و ویگو مورتنسن. محصول ۱۹۹۷ آمریکا.(م.)

۴- Star Wars

۵- Top Gun فیلمی ساختـهٔ تـونی اسـکات. بـا بـازی تـام کروز، وال کیلمر، تیم رابینز. فیلمی تبلیغـاتی برای تشویـق جوانـان آمریکایی به پیوستن به نیروی هوایی آمریکا. محصول ۱۹۸۶ آمریکا. (م.)

۶- البته این موضوع پرسشـی را دربارهٔ ساعت خواب بچه ها که طبق گفته والدین ۸ شب است برمی انگیزد؛ زیرا در جایی که آن ها زندگی می کنند، برنامه ER ساعت ۹ شب پخش می شود!

من از آثاری که به موضوع‌های شیطانی می پردازن، خوشم نمی آد. قبلاً از مجموعه ساوث پارک خوشم می اومد، با اون که یکی دو بار بیشتر اون رو ندیدم. (دیِل می خندد.) یک دفعه اون ها تفسیری درباره خداوند مطرح کردن که من دیگه تصمیم گرفتم اون رو نبینم.

مصاحبه گر:

پس....

بانی:

تفسیر خوبی نبود و می دونید (تقریباً نجوا می کند) خود اون کارتون بسیار بامزه است. در حقیقت، کارتون سرگرم کننده است ولی من نمی تونستم اون رو تماشا کنم، چون سازندگانش به خداوند توهین کردن.

مصاحبه گر:

بسیار خب. هر برنامه یا فیلم تلویزیونی ای که از نظر شما به خداوند اهانت کند، دیگر جایی در ....

بانی:

یا به خداوند توهین می کنه یا به خود من در مقام زن....

مصاحبه گر:

احتمالاً هر دو مورد در ساوث پارک وجود دارد؟

دیِل:

بله، درسته، خدا، من ... (می خندد)

بانی:

وضعیت خیلی بدی است، چون اون کارتون خنده تان را در میاره ولی من نمی تونم بین اون و ایمان خودم سازش برقرار کنم.

مصاحبه گر:

آیا فکر می کنید نوع خاصی از فیلم ها یا برنامه های تلویزیونی هستند که هرگز نباید اجازه پخش آن ها را داد؟

بانی:

نه، چون این کار سانسوره. نباید سانسور داشته باشیم.

مصاحبه گر:

پس مهم نیست که محتوا چه باشد؟

بانی:

خب، من می تونم انتخاب کنم. خداوند به من امکان انتخاب مسیرهای مختلفی رو در زندگی داده و من این یکی رو برگزیدم. تا وقتی که در آمریکا زندگی می کنیم (که بر اساس ایمان مسیحی بنا شده)، آزادی گفتار، مذهب و فکر وجود داره. خداوند به ما اراده آزاد داده پس به هیچ صورت به سانسور اعتقاد ندارم. من فقط تصمیم گرفتم چیزهایی رو که از نظر اخلاقی مناسب نمی دونم، تماشا نکنم.

با توجه به سخنان بانی این احساس به وجود می آید که او بیش از آن چه ابراز می کند، هم به مجموعه ساوث پارک علاقه دارد و هم با آن آشنا است. صرف نظر از این که او این برنامه را می بیند یا نه، آشکار است که جایی بین این برنامه و اعتقادات خودش، مرزی مشاهده می کند. این که برنامه ای همچون ساوث پارک می تواند شخصی مانند بانی (یک مسیحی محافظه کار) را به خود جلب کند، نشان از قدرت فرهنگی و شاخص بودن این برنامه دارد.

بانی همچون بچه های اش که تجربه ای از حضور و قدرت همه جانبه رسانه ها به منزله منابع فرهنگی دارند، خود را در چهارچوب نقشه ای

می بینند که طبق آن باید بین اعتقادات خود و ارتباط با رسانه ها سازشی به وجود آورد. شاید فکر کنیم که مردم فقط در یادآوری و تشریح رابطه شان با رسانه ها دچار ابهام هستند، ولی بانی و دیِل تا اندازه ا ی در عملکردهای مذهبی روزانه خود نیز ابهام دارند. آن ها توضیح می دهند که با توجه به زمینه مذهبی زندگی شان، به طور مرتب یک یا چند برنامۀ تله ونجلیستی را تماشا می کنند. دیِل هنگام اشاره به عبادت روزانه خانوادگی می گوید:

به جز خواندن انجیل، این برنامه ها را هم تماشا می کنیم.

قدری بعد مصاحبه گر دوباره سراغ همین موضوع می رود.

و شما گفتید که معنویت هم مهم است؟

بانی:

بله، خیلی مهم است.

مصاحبه گر:

پس در کنار کلیسا رفتن، کار دیگری هم انجام می دهید، مثلاً انجیل می خوانید؟

بانی:

بله!

مصاحبه گر:

شما این کار را با هم به صورت خانوادگی انجام نمی دهید؟

دیِل:

خب، ما هر کدام انجیل های خودمون رو می خونیم و بعد می خوابیم.

مصاحبه گر:

با وجود این دعا هم می کنید؟

دیِل:

بله، ما با پسرها در طبقه بالا دعا می خونیم، دعای خداونـد. خب، در گذشـته پیش از اون که دوره دانشـجویی ام شـروع بشه، داستان های انجیل رو برای بچه ها می خوندم. ما دو کتاب درباره داستان های انجیل داریم.

در جای دیگری از مصاحبه، لحن گزارش قدری تغییر می کند؛ دیل می گوید:

چیزهایی که ما می خونیم بیشتر شامل مطالب انجیل میشه.

بانی:

بله انجیل، ....

دیِل:

پیش از اون که بخوابیم.

مصاحبه گر:

به صورت خانوادگی؟

بانی:

به تنهایی می خونیم. او انجیل خودش رو می خونه، من هم همین طور.

دیِل:

مـا قبلاًـ برای بچه هـا پیش از اون که بخوابن، داسـتان های انجیل و یا کتاب های دیگه می خونـدیم و به این کار عادت کرده بودیم، الان دوباره باید اون رو شروع کنیم.

اختلال در زنـدگی روزمره از همین جـا مشـخص می شود. خانواده هایی چون جانسن بایـد مـدام با موانعی روبه‌رو شونـد که برنامه های آن ها را به چالش می‌کشند. بیشتر ما چنین مشکلاتی داریم و می توانیم با این خانواده همدلی کنیم. شاید تنها عده کمی از ما می توانیم موقعیت

زندگی مان را با آن صراحتی که دوست داریم، تشریح کنیم. ما سعی داریم منظم باشیم و به روش هایی عمل کنیم که ارزش های زندگی مان را بازتاب می دهند. ما هم درست مانند خانواده جانسن دوست داریم خودمان را در انجام این کار موفق توصیف کنیم. هم چنین شاید این موضوع هم روشن شود که ما گاهی همان افراد و خانواده هایی نیستیم که دوست داریم توصیف کنیم.

خانواده جانسن به ما کمک می کنند که بفهمیم چگونه رسانه ها تبدیل به جزیی از زندگی روزمره می شوند. آن ها از نظر ایفای نقش خود گریزناپذیر، مشکل ساز، متضاد و پیچیده اند. این موضوع روشن است. همچنین معلوم است که دست کم از نظر خانواده جانسن و خانواده های دیگری که سخنانشان را می شنویم، نقشی که رسانه ها در مذهب و معنویت بر عهده دارند نیز گریزناپذیر، مشکل ساز و متضاد و پیچیده خواهد بود. اکنون به شکل روشن‌تری به رابطه مذهب و رسانه می‌پردازیم. ما به نوعی تحلیل خواهیم پرداخت که در چشم انداز اجتماعی ـ فرهنگیِ مذهب و معنویت به روش هایی از منابع رسانه ای می پردازند که این روش ها برای انعکاس شیوه های معاصر ایجاد معنی و هویت به کار می روند. در فصل های پیش دیدیم که چگونه تحولات نوظهور در این چشم انداز، به شکلی بنیادین شیوه های سنتی و اکتسابی نگرش به مذهب را متحول ساخته اند. این تحولات، پژوهش های مذهبی معاصر را بیشتر با توجه به معانی حاصل شده و معانی نسبت داده شده توصیف می کنند و امروزه این عملکردهای مستقل افراد، مهم تر از حق انحصاری نهادها و ساختارها است. همچنین برخی از خطوط کلی این چشم انداز

را مرور کردیم که به ویژه مبتنی بر آثار وید کلارک روف و رابرت وتناو است. از نظر آن ها عملکرد مذهبی_معنوی و نوظهور جویندگی تا حد زیادی نیروی مذهبی معاصر را نشان می دهد. آن‌ها هم‌چنین از این واقعیت غافل نیستند که برای خیلی ها جویندگی نسبت به یقین اهمیت کمتری دارد. روف واژه نامهٔ مفیدی از مذهب، نزدِ نسل پر زاد و ولد سال های پس از جنگ جهانی دوم در آمریکا (که در فصل سوم از آن ها بحث کردیم) فراهم آورده است. اکنون می خواهیم در تحلیل های خود از این واژه نامه به صورت آشکارتری استفاده کنیم. دو مورد اخیر که معرفی خواهم کرد، در دو قطب مجزا از روح زمانه(۱) مذهب قرار دارند و چگونگی ارتباط آن ها با رسانه ها، بینشی قوی نسبت به مسائلی که دغدغه آن ها را داریم ارائه می دهد.

یک سنت گرا؟

یک سنت گرا؟

جودی کروز ۳۸ ساله، مادر مطلقه ای است که با پسرش دیوید، پانزده ساله زندگی می کند. جودی اهل آمریکای جنوبی است. پدر دیوید هم از اهالی آمریکای لاتین است. جودی و پسرش در آپارتمانی دو خوابه در منطقه مسکونی کم درآمدی زندگی می کنند که نزدیک به حومه یکی از شهرهای بزرگ آمریکا است. با این که جودی دبیرستان را تمام نکرده است، به کالج می رود و هدفش این است که در مدرسه ای کار کند. او

۱- Zeitgeist

که پشتش آسیب دیده است، حقوق از کارافتادگی می گیرد. دیوید در دبیرستان تحصیل می کند. درآمد خانواده بین ۱۵ تا ۲۵ هزار دلار در سال است.(۱)

جودی بر طبق رده بندی مذهبی روف، نمونه جالبی است. با توجه به درآمد و تحصیلاتش شاید پیش بینی کنیم که جودی از جنبه مذهبی، سنتی تر باشد و در رده بندی مؤمنان معاصر یا رده جزم اندیشان روف قرار بگیرد. به هر حال موقعیت او پیچیده تر از این است. جودی در خانواده ای کاتولیک بزرگ شده و اکنون هم خود را کاتولیک می داند، ولی قدری متحول شده است:

من با دیگر فرقه های مسیحی از جمله باپتیسم هم آشنا شدم، ولی همیشه به مذهب خودم برمی گشتم، چون با اون احساس آسایش می کنم. در تلویزیون یا رادیو چیز زیادی از مذهب کاتولیک دیده و شنیده نشده این کم و بیش، عقیده ای است که روی اون تبلیغات زیادی نمیشه.

جالب است که جودی احساس می کند مذهب را باید با این شیوه طبقه بندی کرد. او از بینندگان همیشگی برخی برنامه های مذهبی است، ولی مذهب خانگی و خارج از خانه کاتولیک را کامل کننده یکدیگر می داند. جالب آن که انواع مذاهب و عناصر معنوی که وی آن ها را در قالب هویت مذهبی خود پیوند داده، گسترده تر از کاتولیک گرایی یا حتی مسیحیت است.

مصاحبه گر:

۱- مصاحبه با خانواده کروز را دکتر اسکات وِبر انجام داده است.

آیا از جنبه معنوی یا مذهبی، خودتان چیزی را در رسانه ها جست وجو کرده اید؟ شما به برنامه تلویزیونی معجزات (نام واقعی این برنامه این یک معجزه است) اشاره کردید و من خواهم از شما درباره آن بپرسم. می دانم که این یکی از برنامه های شبکه PAX است؛ با این حال می توانید قدری دربارهٔ آن توضیح بدهید؟

جودی:

من معجزات رو به خاطر تجربه‌های دست اولش دوست دارم. بله این برنامه از شبکه PAX پخش میشه و جالبه. قراره برنامه دیگه ای هم به زودی پخش بشه که در اون، مردم تجربه‌های خودشون رو با یک نفر در میون میذارن و اون شخص به شما میگه که اون ها چه گفتن.

مصاحبه گر:

قرار است این برنامه در آینده نزدیک پخش شود؟

جودی:

بله!

از نظر جودی، نقطه قوت این برنامه و برنامه های مشابه دیگری که وی می بیند، واقعیت آن ها است. از نظر وی این آثار به وجه عینیِ زندگی می پردازند و در عین حال چیزهای دیگری را در برمی گیرند که فراسوی این وجه عینی قرار دارند. این موضوع، علاقه او را برای نمونه به مجموعه نظرکردهٔ فرشته توضیح می دهد. او می گوید:

این برنامه دربارهٔ زندگی و واقعیته، چیزهایی که در تجربیات زندگی اتفاق می افته.

مصاحبه گر:

شما به این علت اون رو دوست دارید که فکر می کنید درباره مردم واقعی است یا عنصری معنوی داره که مورد علاقه شماست؟

جودی:

این ها با هم ترکیب شدن.

مصاحبه گر:

به چه صورت؟ از نظر لذتی که از تماشای برنامه می برید؟

دیوید:

از نظر رازها!

مصاحبه گر:

رازهایی که در این برنامه نشان داده می شود؟

جودی:

فرشتگان، ... دیگر چه بود؟ فکر می کنم ایمان.

از نظر جودی، مذهب و معنویت زمانی قدرت می یابند که با زندگی واقعی پیوند می خورند یا در آن آشکار می شوند؛ البته این یکی از ظرفیت های رسانه است که باعث شکل گیری تجربه مذهبی و خانگی جودی شده است و آن را برای وی از تجربه مذهبی و سنتیِ خارج از خانه جدا می سازد. جایی که [برنامهٔ] نظرکردهٔ فرشته از نظر مصداق های مذهبی اثری به نسبت قراردادی است، برنامه های دیگری که وی تماشا می کند _ بدون آن که به طور کامل مرتبط با رده بندی های مذهبی باشند _ آثار قدرتمندی هستند.

مصاحبه گر از جودی می‌پرسد از چه چیز برنامه این یک معجزه است،خوشش می آید. جودی یکی از پی رنگ های اخیر را توصیف می کند که در آن، یک وانت مسقف که کودکی در آن است، از پمپ بنزینی دزدیده می شود.

ص:۳۱۳

جودی:

بله و دو تا فرشته به صورت دو تا آدم روی زمین وانت رو تعقیب کردن، اون رو پس گرفتن و کودک رو نجات دادن.

مصاحبه گر:

منظور از فرشته ها....

جودی:

اون ها به صورت انسان هستن، همون آدم های معمولی.

مصاحبه گر:

وقتی می گویید فرشتگان، منظورتان....

جودی:

اون ها برای نجات می آیند.

مصاحبه گر:

آیا این همان کاری است که از فرشتگان انتظار می رود؟

جودی:

بله اون ها آدم های معمولی هستند که.... نمی دونم آیا کسی با اون ها حرف می زنه یا نه... اون ها به سرعت وارد ماجرا میشن... اتفاقی می افته و بدون اون که فکر کنن ممکنه به خطر بیفتن، درگیر ماجرا میشن.

مصاحبه گر:

فکر می کنم نظرکردۀ فرشته دو شخصیت اصلی دارد و شاید شخصیت سومی هم باشد. آیا آن ها روی زمین زندگی می کنند یا از جای دیگری آمده اند؟

جودی:

اون ها از جای دیگه ای اومدن ولی این موضوع تخیلیه.

مصاحبه گر:

ولی در برنامه این یک معجزه است، از فرشتگانی که در زمین هستند صحبت به میان می آید؟ آدم های واقعی که کارهای خیر انجام می دهند.

جودی:

بله، آدم های واقعی، این دو برنامه با هم فرق دارند.

مصاحبه گر:

آیا برای شما هم فرق می کند؟

جودی:

خب، بگذارید ببینم. از نظر خیال و واقعیت بله؛ ولی تا جایی که به انجام هدف مربوط میشه، این دو شبیه هم هستن.

مصاحبه گر:

آیا دوست داشتید عده بیشتری آن ها را تماشا می کردند؟

جودی:

بله، اون وقت کم و بیش می تونستید ببینید که چه تأثیری داره. این که یاد بگیریم زیاد حریص و مادی نباشیم. این که کم و بیش با دید باز زندگی کنیم، بله.

جودی در این برنامه ها رهبانیت و اخلاق را می یابد. استنباط وی از ارزش این برنامه ها، وجه زاهدانه شخصیت او را با چیزی مرتبط می سازد که آن را واقعیت عینی می داند. از سوی دیگر، این ها برای دیگران حکم درس هایی عینی را دارند، روش هایی مؤثر برای انتقال ارزش های مثبت و حتی [ارزش هایِ] مسیحیِ عدالت و توجه به آخرت. البته تفاوتی هم وجود دارد، چنان که یکی از این برنامه ها ــ نظرکردهٔ فرشته ــ خیالی

است، در حالی که این یک معجزه است از نظر ارتباط با ماهیت فرشتگان، واقعی است. هر دو برنامه از این نظر که با تجربیات واقعی انسـان هـا ارتبـاط برقرار می کننـد و بـا نیروی الهی یا نیروی تحت تأثیر خداونـد در امور انسان ها وارد می شونـد، برای جودی واقعی هسـتند. در بحثی دربـارهٔ اسـتفاده از رایـانه ها، چیزهای بیشتری درباره گرایش های مـذهبی و معنوی جودی می فهمیم. جودی و پسـرش یک رایانه دارنـد، ولی مدلی قدیمی و کند است و هنگامی که دیوید می خواهد بازی های ویدیویی انجـام دهـد یا به جست وجو در اینترنت بپردازد، آن ها به کتابخانه می رونـد. جودی می گویـد که در حال حاضـر خودش از رایانه استفاده نمی کند. او می گوید:

الان با اون سر و کاری ندارم. طوری که در حاشیه زندگیمه.

مصاحبه گر می پرسد آیا در اینترنت چیزهایی وجود دارند که علاقه اش را جلب کنند؟ جودی پاسخ می دهد:

موضوعـاتی مثـل فرزنـد، بـازگشت بـه دورانی دیگر و شـفا برام جـالبن. مـن بیشـتر به شـفادهندگان... و بگذاریـد بگَم نجـوم، ستارگان و چیزهایی از این قبیل علاقه دارم.

جودی همماننـد دیگر مصـاحبه شونـدگان، بین انواع رسانه ها (تلویزیون یا اینترنت) که وی به آن ها علاقه منـد است و برنامه های مذهبی تمایز آشکاری قائل می شود؛ البته خود می گوید که چندان این برنامه ها را نمی بیند. جالب است که وی پرسش مصـاحبه گر دربـاره الهـام گرفتن از رسـانه هـا را به معنـای برنـامه هـای نوع دوم تأویل می کنـد، برنامه هایی که وی آن ها را معادل با تله ونجلیسم می داند. مصاحبه گر می پرسد:

آیا تا به حال از طریق اینترنت یا تلویزیون یا فیلم به جست وجوی منابع الهام پرداخته اید؟

جودی:

منابع الهام معنوی؟

مصاحبه گر:

بله!

جودی:

نه، واقعاً نه. چون اون ها سر و کارشون با پوله. مرتب می پرسن آیا می تونید برای فلان چیز پول بپردازید و من فکر نمی کنم کشف منابع الهام معنوی به وسیله تلویزیون یا رادیو و یا به طور کل امواج مخابراتی ممکن باشه. این کار باید به صورت رو در رو انجام بشه. وقتی به این صورت ارتباط برقرار می کنید، واقعی تره. دربارهٔ تلویزیون یا رادیو باید بگَم تمرکز کردن روی اون ها دشواره و به نظر می آد که خیلی از برنامه ها را به شکل افراطی نمایش میدن، برای نمونه، رقص و موسیقی آدم رو خسته می کنه و دیگه جایی برای فکر کردن باقی نمی مونه.

برای جودی معنویت مهم است، گرچه آن را به شیوه ای نسبتاً نامتعارف بیان می کند. او دنیا را بین عملکرد مذهبی که خارج از خانه اتفاق می افتد (عبادت متعارف کاتولیک) و آن چه داخل خانه در دسترس است، از جمله چیزهایی که می تواند در تلویزیون، رادیو و اینترنت بیابد، تقسیم می کند. افزن بر این، وی در رده بندی بین برنامه ها و سرویس هایی که واقعاً برای او معنی دارند و آن هایی که با عنوان مذهبی ارائه می شوند، تفاوت می گذارد.

مصاحبه گر:

می دانم که قبلاً دربارهٔ نظرکردهٔ فرشته(۱) و این یک معجزه است، صحبت کردیم. آیا شنیدن گفته های واعظان از رادیو یا دیدن آن ها بر صفحه تلویزیون برای تان فرق می کند؟

جودی:

بله و الان برنامه ای با نام جابه جایی با همراهی جان ادوارد(۲) در حال پخشه.(۳) این برنامه برای من جالبه، چون فکر می کنم مردم چنین تجربیاتی رو از سرگذروندن و میشه با چنین چیزهایی ارتباط برقرار کرد، حالا چه معجزه باشه چه شفای معجزه آسا و غیره. می تونید چنین چیزهایی رو تجربه کنید ولی درباره واعظان، وضع قدری فرق می کنه و به این اندازه با اون ها راحت نیستید.

روشن است که جودی می تواند برنامه های با مفهوم ــ و حتی با مفهوم از جنبه معنوی ــ را در تلویزیون بیابد و شاید هم در پی چنین علاقه‌ای به اینترنت هم مراجعه کند. نکته این است که او سراغ جاهای قابل انتظار نمی رود. با وجود این‌که جودی بر اساس معیارها باید نسبتاً سنتی باشد (تصور کنید که او در جواب یک نظرسنجی تلفنی دربارهٔ اولویّت ها یا اعتقادات مذهبی خود چه می گوید)، در عوض وی نمی خواهد همه

۱- Touched by an Angel سریالی که از سال ۱۹۹۴ تا ۲۰۰۳ در ژانر درام خانوادگی فانتزی (۲۱۲ قسمت ۶۰ دقیقه ای) ساخته و پخش شد. موضوع سریال برمی گردد به سه فرشته که به سوی زمین گسیل می شوند تا به انسان های افسرده و وحشت زده گوشزد کنند که خدا آن ها را دوست دارد و فراموش شان نکرده است. (م.)

۲- Crossing over with John Edward یک برنامهٔ گفت وگو محور (Talk Show) که در سال های ۱۹۹۹ تا ۲۰۰۴ با اجرای جان ادوارد پخش شد. (م.)

۳- توضیح این موضوع در سایتwww.scifi.com/ johnedward: آمده است؛ جان ادوارد به افرادی در دنیای واقعی که عزیز خود را از دست داده اند، ملحق می شود.برنامه مذکور از دوشنبه تا چهارشنبه از ساعت ۲۳ تا ۳۰/۲۳ و یکشنبه ها از ۲۰ تا ۳۰/۲۰ از شبکه scifi پخش می شود. در این برنامه جان ادوارد با افرادی مصاحبه می کند که به ارتباط با عزیزان از دست رفته خود علاقه مند هستند.

چیز را ساده و کلی رده بندی کند. هنگامی که مصاحبه گر چندی بعد به پرسش های مربوط به رسانه ها و مذهب می رسد، این موضوع بیشتر نمود می یابد. مصاحبه گر می پرسد:

هنگامی که با رسانه ها تعامل دارید، درباره خداوند یا معنویت فکر می کنید؟

جودی:

خب،... نه. در خلوتم، اوقات خاص خودم به اون ها فکر می کنم.

وی در ادامه شرح می دهد که می خواهد در یکی از روزهای تعطیلات آخر هفته به جلسه ای برود که در آن افرادی با توانایی های فراوان و [از جمله تواناییِ] شفادهی در آن جا حضور دارند و زمانی را که [او] در آن جا صرف می کند، جزو اوقات خاص خودش است. این نمونه ای جالب از استقلال در جویندگی است که در فصل سوم از آن سخن گفتیم. چنین می نماید که جودی خود را مسئول زندگی معنوی اش می داند. او شخصاً محور جویندگی است و نمی خواهد این نقش را به کلیسا یا رسانه ها واگذارد؛ البته او رسانه ها را عرصه ای مهم برای فکرکردن درباره اعتقاداتش می داند. این موضوع هنگامی مشخص می شود که مصاحبه گر با او از اعتقادش به بیگانگان فضایی سخن می گوید:(۱)

معتقدم که بیگانگان فضایی وجود دارن؛ چون از تجهیزات فوق پیشرفته اون ها چیزهایی به دست اومده. مردم سفینه های فضایی پیدا و تصاویر اون

۱- مصاحبه با جودی کروز یکی دیگر از تحلیل های اساسی این پژوهش را تقویت می کند(Clark ۲۰۰۳). علاقه ما به بیگانگان فضایی و مابعدالطبیعه در زمان انجام مصاحبه تا حدی به دلیل همین طرح پژوهشی بوده است. کلارک به مورد جودی در حکم نمونه ای از بازنمایی خیال در برابر واقعیت از بُعد مذهبی علاقه نشان می دهد، ولی می خواهم بگویم که جودی کاملاً در رده های اکتسابی ایمان و رفتار نمی گنجد.

رو روی نوار ویـدیویی ضـبط کردن. می دونیـد خود من چیزهـایی دیـده ام و معتقـدم که در فضا زنـدگی وجود داره. اون جا موجودات دیگه ای هم هستن.

مصاحبه گر:

آیا شما خودتان به فکر این چیزها می افتید و به جست وجوی شان می پردازید، یا رسانه ها به شما اطلاعات می دهند؟

جودی:

همه اش به تلویزیون برمی گرده. تلویزیون این چیزهـا رو تلقین می کنه. اون هـا اجازه نمیـدن تا خودتون پیـداشون کنیـد. مثل مجموعه هایی مثل پرونـده های مجهول(۱) یا راسوِل(۲) که اکنون پخش میشن. اون هـا این چیزهـا رو تلقین می کنن. دربارهٔ سفر ستاره ای(۳) نیز وضع همین طوره. اون هـا همه چیز رو عوض می کنن، روی خیـال پردازی تکیه می کنن و هیـچ واقعیتی در کار نیست، پس موضوع رو تغییر میدن.

بـدین ترتیب اسـتقلالی که جودی می طلبـد بـا برنـامه هایی درباره موجودات فضایی که رسانه ها را اشـغال کرده انـد، منافات دارد. هم چنین، از نظر وی رویکرد آن ها مفید نیست؛ زیرا (با استفاده از واژه مورد

۱- X-Flies.۶ سـریال تلوزیونی پرونده های مجهول، ماجراهایی از ماموران FBI را دنبال می کنـد که اتفاقات ماوراءالطبیعه و حل نشده را رسیدگی می کنند. ماموران ویژهٔ FBI، تلاش می کنند تا نیروهایی را که در حکومت ایالات متحدهٔ آمریکا به نقض حقوق مردم مشغولند و موجودات خارجی و ... کشف کنند. (م.)

۲- Roswell سـریالی که بین سـال های ۱۹۹۹ تا ۲۰۰۲ در ۶۱ قسمت ۶۰ دقیقه ای پخش شـد. سـریال حول چهار نوجوانِ دورگهٔ انسان/بیگانه می چرخد که دارای استعدادهایی خارق العاده و غیرزمینی هستند. (م.)

۳- Star Trek در سال ۱۹۶۶ سریالی در ۷۹ قسـمت با این نام ساخته شد که موضوع آن دفاع افسـران یک سفینهٔ فضایی از فدراسـیون سیارات در برابر دشمنان بود. بعدها طی سال های ۱۹۸۷ تا ۱۹۹۴ از همین کارگردان سری جدید این سریال ساخته شـد. دو مجموعهٔ دیگر با همین نام در سال های بعـدی ساخته و پخش شدند که همگی حول محور داسـتان هایی فضایی می چرخیدند. (م.)

علاقه اش) خیالی است. مصاحبه گر از جودی می خواهد تا بیشتر توضیح دهد:

من سعی دارم این موضوع را بفهمم. آیا منظورتان این است که چون این چیزها [بیگانگان فضایی، زندگی مابعدالطبیعه و غیره] را واقعی می دانید، مجموعه پرونده های مجهول برایتان یک جور شوخی است، چون همه چیز برای نمایش یا متقاعدکردن بیننده انجام می شود؟

جودی:

بله، بیشتر مسائل برای پول درآوردنه؛ چون اون ها فکر می کنن وقتی... [مکث طولانی] این نوع داستان ها رو می نویسن، بازی می کنن و با این لباس ها در صحنه ظاهر میشن، ادای واقعیت رو در می آورند، در حالی که شما فقط خیال پردازی می بینین. این واقعیت نیست.

مصاحبه گر:

واقعیت چیزهایی است که شما به آن عقیده دارید؟

جودی:

بله!

مصاحبه گر:

آیا برنامه جابه جایی همراه با جان ادوارد به واقعیت نزدیک تر است؟

جودی:

بله! خیلی نزدیک تره.

مصاحبه گر:

آن ها برنامه تلویزیونی می سازند و به گمانم می دانند این همان چیزی نیست که شما خیال پردازی می نامید، آیا به این دلیل واقعی است؟

جودی:

اون ها واقعاً تماس برقرار می کنن. به خاطر همینه که میگم آدم بایـد خودش بره و ببینه. این تنها راهیه که می تونیـد بگیـد که آیا واقعیت است یا خیال. شـما خودتون بایـد برید و بررسـی کنید چون در اون جا آدم هایی با اسـتعداد های خاص هسـتن که می تونـنـد کارهـای خاص و عجیبی انجام بِدن. اگر اون ها می توننـد این کارها رو انجام بـدن، عالی است چون از اسـتعداد و توانـاییشون برای پول درآوردن اسـتفاده می کنن و به کسـی ضـرری نمی زنن؛ ولی برنـامه هایی وجود دارن که ذهن شـما رو مخدوش می کنن و....

مصاحبه گر:

ذهنتان را مخدوش می کند؟

جودی:

بله اون ها خیالات رو در ذهن شما می نشونند و شما رو در تشخیص و جداسازیِ خیال و واقعیت دچار مشکل می کنن.

مصاحبه گر:

از نظر شما فرشتگان، بیگانه ها و زندگی مابعدالطبیعه همان چیزهایی هستند که واقعی می نامید؟

جودی:

بله!

جودی مورد جالبی است؛ او نمونه ای از همان پیچیدگی را نشان می دهد که درباره اش صـحبت کردیم. با این‌که رسانه ها به درک شخصـی او از معنویت و اعتقاد کمک می کنند، از نظر وی ادراکاتش تنها جنبه شخصی دارد. وی چشم انداز رسانه ای را مکانی می بینـد که در آن معنای مـذهبی و تفاوت مـذهبی بازنمایی می شود. نوعی مذهب که وی آن را بیرون از خانه می نامد، نقش مهمی در زندگی اش دارد. او کاتولیک است

و همواره کاتولیک بوده است. وی مسلک های دیگر را هم آزموده ولی همیشه دوباره به مسلک کاتولیک بازگشته است؛ البته عقاید و معنویت او به این ها محدود نمی شود. او به برنامه هایی علاقه‌مند است که در مرز بین اعتقاد سنتی و استنباط خود وی از واقعیت وجودی قرار دارند. فرشتگان برای او مهم هستند؛ زیرا ارزش ها و احساساتی را بازنمایی می کنند که وی آن ها را موافق با روحیات خود می داند. پس در قلمروی رسانه ها، رسانه هایی وجود دارند که چون برنامه های واقعی را پخش می کنند اصیل و جذابند. منظور وی از واقعی این است که برنامه های مذکور به نمایش عینی زندگی روزمره و مردم عادی می پردازند. او هیچ وقتی برای تماشای برنامه هایی ندارد که با عنوان مذهبی پخش می شوند. حتی به برنامه هایی که بر مضامین مورد علاقه او نظر دارند مانند بیگانگان فضایی، از نظر اعتقاداتش با تردید می نگرد. او می خواهد خودش تصمیم بگیرد. او می گوید:

من خودم نتیجه گیری می کنم.

پایان خیالی که او در بسیاری از برنامه ها می بیند، هنگام برخورد وی با امر واقعی، رنگ می بازد. از نظر جودی مواردی چون فرشتگان، بیگانگان فضایی و زندگی مابعدالطبیعه، این ها واقعی و در نتیجه اصیل هستند. این نکته هم جالب است که چگونه جودی با برخی از رسانه ها مخالفت می ورزد، وضعیتی که یادآور فهرست نمادین است. اگر منظور این باشد که نمادگرایی و عملکرد رسانه ها حکم منابعی را می یابند که مردم به وسیله آن ها به مفاهیم جدیدی از مذهب و معنویت می رسند، جودی به ما نشان می دهد که این توصیف قدری ساده انگارانه است.

مسلماً جودی در مواردی از رسانه ها به عنوان منبع استفاده می کند. برای نمونه وی با این هدف چیزهایی را در اینترنت جست‌وجو می‌کند. بی تردید در برنامه هایی چون این یک معجزه است یا جابه جایی همراه با جان ادوارد نکاتی مفید و به یادماندنی می یابد. تجربیات جودی از این برنامه ها، درک او از امور معنوی را گسترش می‌دهد. البته وی آشکارا این رسانه ها را عرصه ای می داند که نمادگرایی های فوق به شکلی مناسب یا نامناسب از آن ها پخش می شوند. او به شیوه‌ای جالب و ظریف توضیح می دهد که برنامه هایی چون پرونده های مجهول، بیش از اندازه خیال پردازی می کنند و هنگام تصویر کردن بیگانگان فضایی، به اندازه کافی واقعی نیستند. پس این رسانه ها می توانند اعتقادات را تقویت کنند. آن ها تأثیر نیرومندی دارند و به شکل گیری هویت مذهبی کمک می کنند.

چنان که گفتم، جودی برخی از رده بندی هایی را که ما در این تحلیل به کار بردیم، نفی می کند. شاید انتظار برود که وی از نظر جمعیت شناختی، دیدگاه مذهبی یا معنوی محافظه کار یا سنتی داشته باشد. طبیعی است این انتظار را هم داشته باشیم که سلیقه و استفاده او از رسانه ها چنین موضوعی را بازنمایی کند. انتظار می رود که وی در مقام کاتولیکی معتقد، علاقه چندانی به بازنمایی مذهب از رسانه ها یا به ویژه بازنمایی های کاتولیک نداشته باشد.(۱) دراین باره ما نکته متفاوتی را

۱- چنان که پیش‌تر گفتم، فکرکردن درباره این موضوع که جودی چگونه به پرسش های معمول درباره مذهب و ارتباطش با رسانه ها پاسخ خواهد داد، روشن گر است. وی در رده کاتولیک های معتقد قرار می گیرد و کسی است که چندان برنامه های تله ونجلیستی را نمی بیند. شاید فرض کنیم که مذهبی بودن او دلیل بی علاقه گی اش به پخش برنامه های مذهبی باشد، ولی این موضوع زمینه بسیار پیچیده تری دارد.

دریافته ایم. در یک سطح، وی همان گونه است که انتظار داریم باشد. او مرتب در مناسک مذهبی شرکت می جوید، از تله ونجلیست ها خوشش نمی آید (گرچه برنامه های شان را تماشا می کند) و خطی آشکار بین ایمان کاتولیک خود، چیزهای خارج از خانه و چیزهای دیگرِ خانگی ترسیم می کند که جایگاه دیگری برای او دارند؛ ولی همین جاست که تفاوتی عظیم بین آن چه انتظار داریم و آن چه درمی یابیم، بروز می کند. فعالیت های در خانه او مجموعه ای جالب و پیچیده از اعتقادات و افکار را نشان می دهد: نوعی حساسیت فردی نسبت به جویندگی یا کاوش (گرچه با این اصطلاحات بیان نمی شود) و استفاده از کالاهای فرهنگی برای دست یابی به معنی، درک و تجربه متعالی یا حتی به قول دورکهیم شور و شوق. نمونه بعدی به گونه ای است که باید با نمونه بالاـ تضاد داشته باشد. برخلاف جودی که بر اساس معیارهای قراردادی در رده مؤمنان معمولی یا شاید حتی جزم اندیش روف قرار می گیرد، اکنون به قطبی مخالف می رویم، خانواده ای که شباهت بیشتری به توصیف روف از مؤمنان و جویندگان مابعدالطبیعه دارد.

گذشته گراها؟

گذشته گراها؟

بوچ و پریسیلا کاستِلو، در خانه ای بزرگ در حومه یکی از شهرهای بزرگ آمریکا زندگی می کنند. بوچ ۳۴ ساله و اهل آمریکای لاتین است

و پریسیلای ۳۹ ساله اصل و نسبی ایتالیایی دارد. آن ها دو فرزند خردسال، لی چهار ساله و کوری هشت ساله دارند که به مدرسه نزدیک خانه شان می روند. خانه بزرگ و راحت آن ها در منطقه ای نوساز قرار دارد. بوچ در قسمت فروش یک شرکت ارتباطات بین المللی کار می کند. پریسیلا خانه دار است و داستان هم می نویسد. درآمد خانوادگی آن ها در سال، بیش از ۷۵ هزار دلار است. هر دوی آن ها در خانواده های کاتولیک بزرگ شده اند، ولی اکنون بیش از هر چیز با بودیسم احساس همدلی می کنند.

آن ها بسیار به معتقدان و جویندگان مابعدالطبیعه شباهت دارند؛ زیرا خود می گویند که هنوز در جست وجوی مذهبی مناسب هستند. از جهتی، بودیسم بیش از آن که برای شان انتخابی معنوی باشد، نوعی سبک زندگی است و هر دوی آن ها به مصاحبه گر می گویند که هنوز مذهب یا اعتقاد مناسب خود را نیافته اند. آن ها بهتر می توانند توضیح دهند که به چه چیزهای مذهبی ای اعتقاد ندارند، مانند این که دیگر کاتولیک نیستند. به هرحال بودیسم و فرهنگ آسیایی، ویژگی های متمایزی در زندگی آن ها محسوب می شوند.(۱) مذهب یا معنویت برای آن ها جنبه بسیار شخصی دارد. اعضای خانواده به طور رسمی در مراسم مذهبی شرکت نمی کنند، در عوض کردارهای بودایی را در زندگی و خانه شان اجرا می کنند. توضیحات شخصی، مذهبیت و معنویت آن ها،

۱- خانه کاستِلوها به سبک ژاپنی با میزهای کوتاه، متکا هایی که بر کف زمین قرار دارد و مجموعه ای متنوع از آثار تزیینی آسیایی آراسته شده است. مصاحبه با این خانواده را مونیکا اِنریش انجام داده است.

در رده گسترده تر جویندگی جای می گیرد (چنان که به گونه‌ای دربارهٔ جودی کروز هم صدق می کند).

ما از نظر جامعه شناختی انتظار داشتیم که نگرش ها و رفتارهای رسانه ای جودی کروز، تناسب بیشتری با پس زمینه تحصیلی و طبقاتی اش داشته باشد، این که شاید از نظر سلیقه مذهبی و معنوی سنتی تر باشد؛ با این همه دریافتیم که دیدگاه وی پیچیده تر از این هاست. انتظارات ما از خانواده کاستِلو نیز متناسب با سطح طبقاتی و تحصیلی آن هاست (هر دوی آن ها از کالج فارغ التحصیل شده اند). آن ها به شکل ظاهری در قالب الگوی جویندگان (حداقل به اصطلاح روف) قرار می گیرند؛ پس درباره جودی نیز لازم است بپرسیم که چگونه نگرش و ارتباط آن ها با رسانه ها به جویندگی و استنباط آن ها از خویش پیوند می‌خورد. در واقع توضیحاتِ آن ها پیرامون رسانه ها بخش مهمی از روایت های شخصی شان را شکل می دهد. دربارهٔ بسیاری از والدین دیگر، این موضوع در زمینه استفاده فرزندانشان از رسانه ها بیان می شود.

مصاحبه گر:

آیا هنگام استفاده از رسانه ها محدودیت های زمانی خاصی دارید؟

بوچ:

گوش دادن به موسیقی از هر نظر آزاده. اگر کسی رادیو روشن کنه به او نمیگم اون رو خاموش کنه مگر اون که موقع خواب یا وقت شام باشه (پریسیلا تکرار می کند: وقت شام)

پریسیلا:

بعضـی وقت هـا بچه هـا می خـوان پیش از رفتن به مـدرسه برنـامه هـای کودک رو از تلویزیون تماشـا کنن، ولی مـا صـبح ها تلویزیون روشن نمی کنیم، چون مـدرسه شون از این هم دیرتر میشه. (می خنـدد.) ولی به طور کلی همیشه می خواهیم علاوه بر تماشـای تلویزیون، بچه هـا کارهـای دیگری هم انجـام بِدن. مثلاًـ به جـای دیـدن برنامه های کودکان بازی کنن یا به جای تماشای فیلم ویدیویی بیرون بِرَن و قدم بزنن چون الان در فرهنگ ما رایج شده که بچه ها همیشه یا باید جلوی تلویزیون باشن یـا پشت رایـانه. هنگـامی که بـا خـانواده های دیگه و در خانه هاشون هستیم، این وضـعیت بسـیار دشوار میشه چون اون ها می خوان مدام پای تلویزیون بشینن یا فیلم ویدیویی تماشا کنن.

توضـیحات پریسیلا روشن و نمونه ای از سیاست های والدین در برابر استفاده فرزندان از رسانه ها است. با این وجود، دو نکته جالب وجود دارد. نخست، به نظر می آید که آن ها بین موسـیقی و رسانه های دیگر تمایز قائل می شوند (محدودیت های آن هـا برای موسـیقی کمتر است). دوم، آن هـا این واقعیت، که گریزی از رسـانه هـا نیست را بیان می کننـد که ما در ابتـدای این فصل از آن سـخن گفتیم. اگر خانواده ای از رسانه ها پرهیز یا آن ها را کنترل کنـد، خانواده های دیگر چنین نمی کنند. به هر حال فرزندان در معرض رسانه هایی قرار دارند که بسیار فراگیرند. هم‌چنین خانواده کاستلو از نظر این نوع اولویّت ها نمونه ای از افراد طبقـات اجتمـاعی و تحصـیلی خـود هسـتند. خـانواده کاسـتلو تفـاوت ویژه‌ای بیـن رسـانه هـای به اصـطلاح صـفحه ای (تلویزیون، فیلم، نوارهای ویدیویی، بازی های ویدیویی، رایانه ها) و دیگر رسانه ها قائل می شوند. بوچ هنگام

صحبت دربارهٔ یکی از قسمت های اخیر مجموعه مسیر شبانه(۱) که دربارهٔ هوش مصنوعی بوده است، بینش خاصی را بروز می دهد. او ضمن اشاره به ترس از آینده ای که در آن ماشین ها زمام امور را در دست می گیرند و انسان ها باید دستیار آن ها باشند، می گوید:

اون ها برنامه رو خیلی ترسناک تموم کردن، البته اون طوری که گفتن؛ البته نمی دونم که دقیقاً همین کلمات رو به کار بردن ولی نقل به معناش این طور میشه: «روزی را تصور کن که نیرویی بسیار موذیانه و بی سر و صدا کنترل ذهن فرزندت و ضمیر خودآگاه آن را به دست می گیرد، افکار فرزندت را کنترل می کند و آینده نوع بشر را به دست خواهد گرفت. در نتیجه نسل انسان را برمی اندازند.» بعدش تصاویری از بچه ها رو نشون دادن که داشتند بازی های ویدیویی انجام می دادن و چشم هاشون این طوری شده بود (او با انگشتانش مژه های پایینی خود را می کشد) و نگاهشون همین طور خیره بود. من این موضوع رو خیلی جدی می بینم، نه لزوماً به خاطر این که توطئه ای علیه ما ترتیب داده باشن بلکه چیزیه که ما ناآگاهانه داریم به ورطه اون می غلتیم.

تصویر کودکانی که به صفحه تلویزیون یا رایانه چسبیده اند به روشنی برای بوچ، تصویری تأثیرگذار و درسی است که با افکار او درباره تلویزیون و دیگر رسانه های صفحه ای جور در می آید. این درس بسیار مؤثر و قدرتمند است، چنان که تهیه کنندگان آن قسمت از مسیر شبانه، خود تصمیم گرفتند آن را استعاره ای از تسلط ماشین ها بر انسان در نظر

---

۱ - Nightlineبرنامه ای پخش شده از شبکهٔ ABC. برنامه ای خبری/گفت وگو محور (Talk Show) که از سال ۱۹۸۰ شروع و تا کنون ادامه داشته است. روال برنامه یک بحث شبانه دربارهٔ خبر مهم روز است. لیزا مینلی، مارتین بشیر، ویکی میبری از جمله دست اندرکاران برنامه هستند (م.)

بگیرند. به نظر می آید این نوع افکار فرهنگی بسیار گسترده اند، چنان که حتی خود اهالی رسانه بی چون و چرا آن ها را می پذیرند.

همان طور که خواهیم دید، سیاست گذاری در استفاده از رسانه ها نقشی مهم و تعیین کننده برای بوچ و پریسیلا ایفا می کند. آن ها افکار خود درباره مناسب بودن انواع رسانه ها را با اعتقادات مذهبی و معنوی و عملکردهای خود مرتبط می سازند. مصاحبه گر از بوچ می پرسد که آیا سیاست های رسانه اِی آن ها، با جنبه های دیگر معنویت یا سبک زندگی ارتباط دارد یا نه؟ و بوچ پاسخ می دهد:

آه، بله [لبخند می زند و سر تکان می دهد]. اون ها بسیار با هم در ارتباطند. اعتقادات معنوی، ما رو به این سمت سوق داده که صدا رو در محیط های خارجی و داخلی کم کنیم و مسلماً رسانه ها هم جزیی از این موضوع محسوب میشن. ما زندگی سالمی داریم. سعی می کنیم غذا رو آهسته بخوریم و در هر نوبت جداگانه غذا بپزیم. ما در منطقه ای زندگی می کنیم که با این روشِ زندگی سازگاره، البته انتخاب مدرسه بچه ها هم بخشی از همین انتخاب سبک زندگیه.

مصاحبه گر می پرسد که این سبک زندگی و معنویت کی و کجا وارد زندگی آن ها شد. بوچ پاسخ می دهد که آن ها چهار سال در ژاپن زندگی کرده اند. نخست با رازوَرزی (عرفان) بودیسم آشنا شدند که وی آن را باعث آرامش ذهن... هم‌چون آرامش دریا توصیف می کند. بوچ ادامه می دهد:

به علاوه زندگی سالم، بهداشتی و متعادل مد نظر ماست. برنامه های تلویزیون و رسوماتی که درباره غذا و صحنه های شام در تلویزیون نمایش داده میشن، با این نوع زندگی جور در نمی آد.

ص: ۳۳۰

مصاحبه گر:

بسیار خب، آیا رسانه ها اصلاً نقشی در زندگی معنوی شما برعهده دارند؟

بوچ:

اگر رسانه سی دی رو در نظر بگیرید، پاسخ مثبته. ما به موسیقی آرامش بخش گوش میدیم. در حقیقت خودمون این سی دی ها رو انتخاب کردیم، چون حالتی رو ایجاد میکنه که ما می خواهیم.

این نکته بار دیگر تمایزی را نشان می دهد که بوچ مایل است بین انواع خاصی از رسانه ها (که نمونه آن تلویزیون است) و انواع دیگری از آن ها به ویژه موسیقیِ ضبط شده ایجاد کند؛ ولی از نظر وی ارتباط بین معنویت فردی و رسانه ها به همین جا ختم نمی شود. او در جای دیگری از مصاحبه با این پرسش روبه‌رو می شود: «مهم ترین موضوع معنوی برای شما چیست؟» پاسخ او در واقع با یکی از پدیده های مهم و معاصر رسانه ای ارتباط دارد:

به گمانم،... بذارید درباره اون فکر کنم. من چنین تجربه معنوی ای را با دیپَک چوپرا(۱) داشتم. من در یک مسافرت تجاری به این کتاب علاقه مند شدم: هفت قانون معنوی برای موفقیت.(۲) این اثر چوپرا واقعاً جادویی است و برای من در حکم تجربه ای مهم به شمار میره. از جنبه معنوی به نظر می آد که فقط کافیه این کتاب رو در دست بگیرم و لمس کنم. صادقانه بگم هر بار این کتاب رو لمس می کنم، بی برو برگرد اتفاق خوبی رخ میده. به گمانم علتش تا اندازه‌ای اینه که تشخیص میدم چه چیز در کتابه؛ چون اون رو

۱- Deepak Chopra: (متولد ۱۹۴۶) پزشک و نویسنده هندی که آثار فراوانی (از جمله چهل کتاب) درباره جنبه های روحانی و موضوعات مختلف در پیوند ذهن ــ جسم نوشته است. وی تأثیر ژرفی بر جنبش تفکر نوین در آمریکا گذارده است. (م.)

۲- The Seven Spiritual Laws of Success

خونـدم؛ البته تموم کارایی رو که اون گفته انجام نـدادم و به طور منظم هم انجام نمیـدم، هر چند آرزو داشـتم که می تونسـتم این طوری کنم ولی وقتی این کتـاب رو در دست می گیرم یـا به اون نگاه می کنم، اتفاقاتی جادویی می افته، چیزهایی خوب. این واقعاً عجیبه.

موضوع جالبی است؛ زیرا تصاویری از افکار سـنتی مسـیحی درباره ظرفیت اشیاء برای انتقال نیروی روحانی را تداعی می کند. مهم تر آن که، نشان می دهد رسانه ها تا چه حد در زندگی معنویِ روزمره حتی برای شخصی مانند بوچ حضور دارند. چیزی که شایـد بتوانیم آن را گرایش به جوینـدگی او بنـامیم، این واقعیت است که وی هنوز در جست وجوی افکـار و اعمال معنوی رضـایت بخش است که به چیزهایی از جمله فرهنگ درمانی کالایی شـده می رسـد. هم‌چون بیشتر مردم، بوچ هم خاطراتی از رسانه ها در دوران جوانی اش دارد که هم جذاب و هم الهام برانگیز است:

آه، صادقانه بگم که از تماشای جنگ های سـتاره ای لذت بردم، حتی فیلم نابودگر(۱) جزو فیلم های مورد علاقه منه و علتش فقـط علاـقه به اکشن، جلوه های ویژه و خط داسـتانی اش نیست... در واقع، فکرم رو چیزهایی مشـغول می کنه که فیلم دربارهٔ بچه هـا و چـالش های پیش روی اون ها در آینـده میگه. این موضوع در پایان فیلم، الهام بخشه. وقتی می بینیم مادری باردار و تنهـا در صـحرا سـرگردان مونـده، موضوع اشـک انگیز میشه. مادر می دونه که فرزنـد متولـد نشـده اش بعـدها درگیر موقعیتی دشوار میشه.

---

۱ - Terminator مجموعه فیلم هـایی در ۳ قسـمت که باعث شـهرت آرنولد شوارتزنگر بازیگر عضـلانی اطریشـی الاصل هـالیوود (فرمانـدار این روزهـای ایـالت کالیفرنیـای آمریکـا) شدنـد. کـارگردانی قسـمت اول را جیمز کامرون (کارگردان اثر مشهوری چون تایتانیک) در سال ۱۹۸۴ بر عهده داشت. دو قسمت بعدی در سال های ۱۹۹۱ و ۲۰۰۳ به کارگردانی کامرون و جاناتان ماستو ساخته شد. (م.)

معلوم می شود که در خاطرات بوچ، رسانه ها عناصر چندان مسئله سازی نبوده اند؛ ولی در دوران فعلی وضعیت برای فرزندانش فرق می کند. شاید هم نشان دهد که برای اغلب والدین و در بیشتر خانه هایی که این مصاحبه ها در آن ها انجام شده است، نکوهش رسانه ها همراه با استفاده کنترل نشده از آن ها انجام می شود.

بوچ در فیلم نابودگر مجموعه ای از ارزش ها، نمادها و آرمان های بارز فرهنگی را می یابد: پشتکار، امید به آینده، عشق مادرانه و غیره که به شکلی قدرتمندانه و به یادماندنی ارائه شده اند. این همان کاری است که رسانه ها انجام می دهند و البته به خوبی هم انجام می دهند. چنان که دیده ایم آن ها در اساس، فرهنگی هستند و جزو عناصر بنیادین فرهنگ محسوب می شوند. در مشاهده چیزی مانند این فیلم، بعضی امور تلویحاً بدیهی فرض می شوند و بیش از آن که ارزش های محدودترِ معنوی را نشان دهند، ارزش های گسترده تر فرهنگی را باز می نمایانند. این نوع بسیار سکولاری از الهام است که ما در آثاری چون نابودگر یا سلسله آثار جنگ های ستاره ای می یابیم.

پریسیلا کاستِلو نیز هم‌چون شوهرش بوچ، نوعی سوءظن مادرانه به رسانه ها دارد. او نیز مانند همسرش قبول دارد که برخی از رسانه های خاص، با سبک زندگی و معنویتی که آن ها می خواهند در خانه شان بپرورانند، سازگار نیستند. پریسیلا خشنود است که مدرسه ای متفاوت برای فرزندانشان یافته اند، جایی که ارزش هایش با دیدگاه های خانواده آن ها به ویژه درباره تلویزیون مطابقت دارد. در یکی از موارد، مصاحبه گر آن چه را که از زبان پریسیلا درباره وظایف والدین شنیده است و نیز

چالش هایی که بر سر راه حفظ فضای خانه برای فرزندان وجود دارد، خلاصه می کند. پریسیلا به این پرسش به طورکل از جنبه رسانه ها به ویژه تلویزیون پاسخ می دهد. تا این مرحله از مصاحبه، هنوز تلویزیون مطرح نشده است. مصاحبه گر می گوید:

خوب، پس شما می گویید که سعی دارید... شما عقیده بسیار راسخی درباره چگونگی پرورش فرزندانتان دارید و احساس می کنید این دیدگاه در تضاد با دنیا است؛ زیرا سایر افراد دور و بر شما به این ارزش ها پای بند نیستند.

پریسیلا:

بله، من گروه هایی رو مثل مدرسه والدورف می شناسم که تمایلی به تلویزیون ندارن. به گمانم اگر به یکی از مدارس سخت گیر والدورف برید، به شما اجازه نمیدن که در خونه تون تلویزیون داشته باشین. اگر با خونواده های والدورف مصاحبه کنید، نکته‌های جالبی می فهمید... اون ها کارشون بیشتر صنایع دستیه، مانند بافتنی و صنایع چوبی. اون ها تا کلاس سوم چندان روی مطالعه و خوندن پافشاری نمی کنن؛ پس در واقع برای رسیدن به چیزای دیگه ای تلاش می کنن.... این امور معنوی هستن؛ البته بیشتر جنبه مسیحی دارن ولی به نوعی... نمی دونم بنیان گذار این فلسفه چه کسی بوده. فکر می کنم از آلمان یا اتریش اومده.

این موضوع در ادامه همان آرمان هایی است که بوچ پیش‌تر از آن ها سخن گفته است، این که نوعی سبک زندگی کل نگرانه وجود دارد که وی آن را ایستایی (سکون) می نامد، همان چیزی که خانواده کاستِلو مایلند بر فضای خانه شان حاکم باشد؛ البته باز هم تأکید می کنند که به گمان آن ها، تلویزیون به طور مشخص در تضاد با این سبک زندگی قرار

دارد. پریسیلا این فکر، تأثیر فرهنگ بیرونی را در پاسخ به پرسشی دربارهٔ این ارزش ها دنبال می کند. از نظر وی مهم است که بچه ها «ذهنیت خاص خود را داشته باشند و تحت تأثیر فرهنگ بیرونی قرار نگیرند». وی می گوید:

شاید بخواهم نظر دهم که فرهنگ بیرونی لزوماً مثبت نیست.

بنابراین، تمایز بین فرهنگ خانگی و فرهنگ بیرونی برای پریسیلا اهمیت فراوانی دارد. تأثیرهای فرهنگ بیرونی، منفی هستند و عناصر منتقل کننده آن به خانه (باز هم تلویزیون عامل اصلی شمرده می شود) بایستی تا حد ممکن ممنوع یا کنترل شوند. پریسیلا ضمن توصیف ارزش های خود، آن ها را از جنبه ای بسیار بازتابنده، مستقل، مابعدالطبیعه و کلاً به شکل جوینده گی شرح می دهد.

پریسیلا:

به نظر من این ارزش ها در وجود حقیقی شخص بروز می کنه. فکر می کنم شخصاً روی این موضوع کار و سعی کردم تا لایه هایی از وجودم رو بردارم، لایه هایی که در اثر اظهار نظرهای مردم درباره این که چگونه باید باشم، چه چیز خوب و چه چیز بده، شکل گرفتن. من با تربیت کاتولیکی بزرگ شدم که در اون بسیاری از ثنویت های خوب و بد وجود داشت. مایلم بچه ها بر اساس خودِ درونی شان، وجود حقیقیشون بزرگ بشن و بر اساس فطرت خود عمل کنن، نه به دلیل این که مادر میگه باید چنین و چنان کنند؛ البته به هر صورت ناچارید در چهارچوب فرهنگ عمل کنید، پس آموزش رفتار و کردار خوب به اون ها قدری دشوار میشه، ولی امیدوارم چیزهایی که در اختیار اون ها میذارم، برای بقا و پرورش وجود حقیقی اون ها مفید باشه. این موضوع واقعاً مهمه و شامل اعتقاد به خداوند، جهان و انرژی معنوی

میشه. ما خیلی از اون صحبت می کنیم. من سعی ندارم که تفاوتی ایجاد کنم، نمی خوام سه مورد فوق رو متفاوت از هم جلوه بِدم. اون ها در کنار هم وجود دارن. شبیه حالتی که ما هنگام زندگی در ژاپن احساس می کردیم. ما از وجود مقدس جدا نیستیم، همه این ها در کنار هم قرار دارن.

پریسیلا نمونه ای از تفکر دوره متأخر مدرن و مستقل را نشان می دهد. او تمایزی آشکار بین کاتولیک گرایی سنتی در خانواده اش و امری قائل می شود که آن را فردی تر و نوعی معنویت خودجوش می داند. از دیدگاه وی، معنویت چیزی نیست که بخواهیم فقط یکشنبه ها به آن روی آوریم. این طور نیست که مجبور باشید برای یافتن آن به کلیسا بروید و مثلاً لباس خاصی بپوشید. معنویت در مرکز ثقلِ وجود، دل و شیفتگی بروز می کند:

فکر می کنم واقعاً همین طوره... به این ها بایـد احترامِ به طبیعت و انسان های دیگر رو هم اضافه کرد. از نظر من چنین اتفاقی همواره در مذهبِ سازمان یافته نمی افته. به گمانم چنین مذهبی نوعی جدایی و انتقاد تولید می کنه و از نظر من روند همدلی رو مختل می کنه.

وی تمایزی آشکار بین روش های سنتی مذهب کلیسایی و رویکرد دیگری می یابد که نوعی معنویت آرمانی تر است و آن را در بودیسم کشف کرده است. پریسیلا در این روند، نوعی نقد مذهب سنتی را تبیین می کند. چنین نقدی علایق فردی را در نوعی از تجربه مذهبی که آن را شیوه ای سرکوب گرانه نامیده ام، برجسته می سازد. وی می گوید:

می دونم روش هایی برای رسیدن به معنویت از طریق کلیسا وجود داره، ولی به نظر میرسه که این راه بسیار دشوار باشه. در این مسیر هم لایه های

فراوانی وجود دارن که بایـد اون ها رو جـدا کرد. در حالی که در بودیسم به نظر می آد وجود مقـدس، همه جا حضور داره و در کنار شماست.

پس اصالت معنویتی که وی یافته تا حدی مرهون ارتباط پذیری سریع و دسترس پذیری آن است؛ پس باز هم می بینیم که این عنصـری اساسـی در گرایش جویندگی یا کاوش است که در همین کتاب دربارهٔ آن بحث کردیم. فرآیند معنی سازی به خود برمی گردد و درباره کودکان، کمک به آن ها و پیشبرد خود و افکارشان مربوط می شود. به معنایی والـدین نباید از حد خود خارج شونـد و قواعد، توضـیحات و عوامل تعیین کننده خویش را بر بچه ها تحمیل کنند. از نظر پریسـیلا کودکان باید هدایت شوند تا خودِ حقیقی شان را کشف کنند.

پریسـیلا روایتی از خود ارائه می دهـد که معطوف به کودکـان و معنویت است. این روایت از یـک سو از تمـایزات بین فضای حفاظت شده و مطمئن خانه و دنیای بیرونی و از سوی دیگر از معنویت اصیل و شاخصی سرچشمه می‌گیرد که وی می خواهد با تکیه بر بودیسم و معنویتی که مذاهب سنتی از جمله کاتولیک گرایی دوران کودکی اش نمود می دهند، پدید آورد. اکنون نکته مهم این است که او و بوچ، این تمایزهـا را تا انـدازه‌ای به وسـیله رسانه ها معین می کننـد و می پذیرنـد. درباره پریسـیلا، چنین امری به وسیله فعالیت های اینترنتی او تحقق می یابد. نکته جالب آن که وی فعالیت های اینترنتی را برخلاف تلویزیون تا اندازه‌یی بی ضرر می داند.

پریسیلا:

گاهی به چند سایت اینترنتی مراجعه می کنم. یکی از اون ها سایتی روحانی متعلق به فردی با نام سیالو است.(۱) او چند بار به شهر ما اومد. تا به حال دو بار اون رو دیدم. وی راهبه. فکر می کنم بودایی باشه ولی گاهی بعضی از قواعد رو می شکنه. مانند این که، بر اساس آیین بودایی قرار نیست خانوم ها رو لمس کنه ولی این کار رو انجام میده. دستیار وی، فردی که همراه با او سفر می کنه، یک خانومه. سیالو از صومعه ای در برمه اومده. وی قبلاً ـ در ژاپن تاجر بوده، پس در واقع زندگی اش دگرگون شده.

مصاحبه گر:

آیا تاکنون از نزدیک حرف هایش را شنیده اید؟

پریسیلا:

بله، صحبت هاش رو شنیدم و یک جلسه خصوصی هم باهاش داشتم.

بنابراین از نظر پریسیلا، اینترنت زمینه ای بی ضرر برای کاوش های معنوی اوست (البته وی موافق نیست که فرزندانش وارد اینترنت شوند و خانواده کاستلو در خانه رایانه ای ندارند، او برای واردشدن به اینترنت، باید جای دیگری برود). این زمینه ای است که با تجربه معنوی در زندگی واقعی ارتباط دارد. مباحث و منابع معنوی‌ای که گایونا سیالو ارائه می دهد، به شیوه مؤثری مرز بین زندگی واقعی، محلی، شخصی و زندگی مصنوعی، بیرونی و واسطه ای را محو می سازد.

به هر حال باید بین این قلمرو، محدود ه ای وجود داشته باشد. این خدمت مذهبی اینترنتی وقتی بیشتر جالب می شود که بدانیم همان نوع کاوش معنوی را نمود می دهد که در نظرِ جویندگانی هم‌چون پریسیلا

۱- Gayuna Cealo : او راهبی بودایی از اهالی برمه است که پیروان فراوانی در ایالات متحده دارد،www. cealo.net .

جذاب و مهم است. سنت بودایی نسبت به اصالت این راهب خاص، اهمیت کمتری دارد و قابلیت دسترسی به وی از طریق اینترنت، امکان ارتباطی نوین برای پریسیلا به وجود آورده است. وی در پاسخ به پرسش های بعدی مصاحبه گر درباره فعالیت های اینترنتی خود، با آرامش درباره چیزهایی که در این سایت اینترنتی دیده است، صحبت می کند.

مصاحبه گر:

به من بگویید در این سایت اینترنتی چه می کنید؟ آیا می خواهید اطلاعات به دست بیاورید، به جست وجوی برنامه ها بپردازید یا منبع الهامی در آن هست؟

پریسیلا:

خیلی ساده است. در واقع موضوع به زمانی برمی گرده که من از نوزادِ دختر دوستم پرستاری می کردم و اون به من گفت که می تونم از رایانه اش استفاده کنم. من هم شروع به جست وجو کردم. رایانه او تقویمی از رویدادهای آتی رو نشان می داد که به طور کامل هم پر نشده بود. فکر می کنم موضوع مربوط به ژانویه میشه، بازاری برپا شده بود که در اون برای فروش کیف و چیزهایی از این دست تبلیغ می کردن. سپس صفحه ای اومد که در اون نامه ای خطاب به آمریکاییان پس از واقعه ۱۱ سپتامبر نوشته شده بود. دارم سعی می کنم به یاد بیارم که آیا سایت های دیگری هم بود یا نه؛ البته الان سایت هایی وجود دارن که می خوام از اون ها بازدید کنم. اون ها به گونه‌ای معنوی هستند... مانند سایت مربوط به مشکلات مادران که البته فقط برای مادران نیست... دست اندرکارانش سعی دارن برای کودکان این کشور و نیز جهان، زندگی بهتری فراهم کنن. در اون جا نامه های فراوانی در مخالفت با جنگ گردآوری شده؛ چون در دوران جنگ، کودکان و زنان رنج

فراوانی می‌برنـد. من جزییات موضـوع رو نمی دونم چـون به اون سـایت مراجعه نکردم، ولی می دونم که در اون از مردم می خوان برای رییس جمهور نـامه بنویسن... اون ها سال گذشـته رژه روز مادر رو این جا در شـهر برپا کردنـد، کسانی که در آن رژه شـرکت کردن، لبـاس هـای خنـده داری پوشـیده بودن. دو یـا سه نفر روی چوب پاهـای بلنـدی ایسـتاده بودن. به هر حـال مطالب این سایت هم آسون و هم قابل هضمه.

در این گفته هـا، شـرح روشن گرانه ای از چگونگی کارکرد مؤثر اینترنت و وب برای پیونـد دادنِ عقایـد و ارزش ها به چشـم می خورد. از جنبه بازاریابی، اینترنت رسانه استخراج نامیده شده است (جایی که افراد می توانند موضوع‌های مورد نظر خود را اسـتخراج کنند). تجربه پریسـیلا نشان می دهد که این اصـطلاحات در حقیقت توصـیفی نیسـتند. شاید بهتر باشد که این سایت های اینترنتی را در حکم رسانه های شـرکت پـذیری بدانیم، جایی که مردم خود و افکارشان را با نمادها و ارزش های موجود در آن به مشارکت می گذارند. این اطلاعات تا اندازه‌یی مهم است؛ ولی ارزشـی نمادین هم دارد؛ زیرا سایت ها و لینک های مختلفی را معرفی می کنـد. آن هـا مطـالبی را ارائـه می دهنـد که برای پریسـیلا، معنـای وجـودی و خودبیـان گری اش اهمیت دارنـد. بی تردیـد وجود چنین سـایتی برای او مهم است؛ زیرا اطلاعـاتی دربارهٔ رویـدادهای اجتماعی آینـده، موضوعاتی چون آموزش و تفکر و ارزش های نمادین در آن به چشم می خورد.

گرچه پریسیلا وب سایت (و کالای) خاصی دارد که (در رسانه ای مشخص، اینترنت) به آن علاقه مند است، در ادامه مصاحبه بین عملکرد

خودش و آن چه رسانه ها، انتشارات و پخش رادیو تلویزیونی می داند، تمایزی قائل می شود. مصاحبه گر پرسش از رسانه های صفحه ای را به صورت آشکار تری مطرح می سازد. مصاحبه گر می پرسد:

آیا فکر می کنید در رسانه ها چیز مفیدی برای بررسی معنوی شما وجود دارد؟

پریسیلا:

می تونم از مجله Nexus اسم ببرم. به گمونم نشریات و کتاب هایی وجود دارن که مفیدن.

مصاحبه گر:

پس به نظر می آید که رسانه مورد علاقه شما برای جست وجوی معنوی، چاپ و انتشارات است. هنگامی که درباره رسانه های صفحه ای مانند تلویزیون صحبت می کنیم، شما کمتر به یافتن جنبه های معنوی و الهام در آن ها تمایل نشان می دهید.

پریسیلا:

بله، البته به جز تلویزیون سراسری. می دونم که شبکه PBS هم آثار جالبی نمایش میده. قراره توی دو روزِ پی درپی، برنامه هایی دربارهٔ تبّت نشان بده. بوچ منتظر میشه تا ببینه کِی برنامه رو پخش می کنن. من خودم نمی دونم که در حال حاضر چه برنامه هایی به نمایش درمی آد؛ ولی گاهی او به تماشای تلویزیون میشینه، چیز جالبی پیدا می کنه و من هم کنارش تماشا می کنم، چیزهایی درباره مردم یا غیره. پس می تونم ببینم که گاهی برنامه های مناسبی پخش میشه. مطمئنم اگر به تلویزیون کابلی دسترسی داشتیم، در اون برنامه ها هم نکات معنوی مفیدی می تونستیم پیدا کنیم.

همان‌طور که می‌بینیم پریسیلا و بوچ نسبت به جودی کروز، رژیم رسانه ای بسیار متفاوتی دارند. با توجه به پس زمینه اجتماعی آن ها،

خانواده کاستلو از نوعی برنامه های تلویزیونی که تلویزیون باسمه ای(۱) نام دارد و به نظر جودی جالب می آید، می پرهیزند. به گونه‌ای متضاد، جودی مجله Nexus را نمی خواند و کمتر به تلویزیون سراسری علاقه مند است. شاید نکته مهم تر، تمایز بین این دو خانواده از نظر تقابل رسانه های صفحه ای با دیگر رسانه ها باشد.

هم چنین، تفاوتی نیز از نظر آمادگی و توانایی جودی برای بحث درباره برنامه های خاص وجود دارد. خانواده کاستِلو هم که رسانه ها را برای ایجاد ارتباط در قلمروی فرهنگی و تعیین تمایزهای چنین قلمرویی به کار می گیرند، کمتر می توانند درباره موضوعات خاص آن ها سخن بگویند.

چنان که پیش تر گفتم، جودی و خانواده کاستِلو نقاط مشترکی دارند، مشخص تر از همه می توان به گرایش جویندگی آن ها، استقلال فردی و تردید نسبت به مذهب سنتی که گویا باید اصیل تر باشد در قیاس با مذهب خانگی و پویا اشاره کرد. وجه تفاوت اصلی آن ها در رژیم رسانه ای است و این که چگونه از رسانه ها بر زمینه ای که شاید اعتقادات اصلی آن ها بنامیم، استفاده می‌کنند. از نظر جودی، علاقه او با برنامه هایی مانند فرشتگان، بیگانگان و زندگی پس از مرگ تحریک می شود. از پریسیلا می پرسیم که آیا تاکنون چیزی مرتبط با معنویت در تلویزیون یا سینما یافته اید؟ پریسیلا پاسخ می دهد:

۱- trash TV

بعضـی وقت ها در سینما چنین چیزهایی رو جست وجو کردم. من معمولاً فقط فیلم های هنری یا چیزهایی از این دست رو می بینم. بله، البته فیلم هـای ویـدیویی هم می بینم. مـدت هـاست که دیگه چنین فرصـتی برام پیش نیومـده، ولی دوست دارم فیلم های ویدیویی درباره مذهب رو ببینم. بیشتر اون ها درباره الهه ها یا بودیسم هستن.

مصاحبه گر:

نظرتان درباره موسیقی و معنویت چیست؟

پریسیلا:

موسیقی! من مجموعه بزرگی از آثار موسیقی ندارم؛ ولی می تونم به کتابخونه برم و مثلاً موسیقی سِلتی رو به دست بیارم. قوم سِلت، موسیقی فوق العاده ای دارن. من به موسیقی گوش میدم و از خودم می پرسم که چطور این موسیقی رو ساختن؟ سعی دارم جست وجو کنم اون هم بیشتر توی کتابخونه و موسیقی جدید بیابم. اگه ما می تونستیم پول بیشتری در این راه خرج کنیم، شاید سی دی های بیشتری می خریدم؛ البته اگر از چیزی واقعاً خوشم بیاد اون رو می خرم.

پریسیلا نیز مانند بوچ، موسیقی را در قیاس با دیگر رسانه ها به معنویت خود نزدیک تر می داند (نمونه ای دیگری از حالات سرکوب شده بیان مذهبی). وقتی درباره رسانه های صفحه ای از او می پرسیم، هم‌چون جودی که به فرشتگان، بیگانگان و زندگی پس از مرگ علاقه دارد وی هم به داستان هایی درباره الهه ها یا بودیسم تمایل نشان می دهد. هنگامی که مصاحبه گر از وی می خواهد شخصیت ها یا نقش هایی را در سینما یا تلویزیون معرفی کند که به باورهای معنوی او نزدیک ترند، پریسیلا نمی تواند مورد خاصی را نام ببرد و پاسخ می دهد:

من فیلم های زیادی رو دوست دارم که به مردم می پردازن و مثل عکس هایی از فرهنگ هستن... بیشتر فیلم های خارجی که سرشار از زندگی، رنگ و موسیقی هستن.

تفاوت بین جودی و پریسیلا بحث انگیز است. این سلیقه‌ها و علاقه‌ها در سطوحی تعین کننده اند. آن ها نشان‌دهنده طبقه اجتماعی و سلیقه‌های تحصیلی هستند. در واقع، محمل ظهور معنویت در فرهنگ معاصر را آشکار می سازند. این واقعیت که تنها رسانه صفحه ایِ بی ضرر از نظر پریسیلا فیلم (و ترجیحاً فیلم خارجی) است، نشان می دهد که در این سطح نیز تفاوتی وجود دارد. یکی از تفاوت ها در چگونگی ارتباط رسانه ها با معنویت است. از نظر جودی رسانه ها بخشی از زندگی روزمره هستند؛ ولی از دیدگاه خانواده کاستِلو، رسانه ها آرمان معنوی زندگی روزانه را تضعیف می کنند. بنابراین این دو قطب، برخی از ظرفیت های مهم و بحث انگیز قلمروی رسانه ها را برای تقویت مذهب معاصر به نمایش می گذارند. چنان که شاید انتظار داشته باشیم، گستره و محدوده این رسانه های مختلف واضح و آشکار نیست. نکته مهم آن که ما به وسیله این توضیحات می توانیم تمایزهای مهمی بین خانواده کاستلو و جودی کروز قائل شویم. البته نکات دیگری هم وجود دارند.

حضور رسانه ها در زندگی معنوی روزانه

حضور رسانه ها در زندگی معنوی روزانه

این مکالمات، نشان‌دهنده چالشی هستند که هنگام پرسش از مردم درباره رسانه ها و مذهب ایجاد می شود. ما در مصاحبه های مان سعی

داریم به شیوه های متفاوتی این موضوع را بررسی کنیم. صرف نظر از چگونگی طرح این پرسش‌ها، ما هر بار که به پرسش های مربوط به روابط مذهب و رسانه ها پرداختیم، چیزهای بیشتری آموختیم. چنان که پیش‌تر گفتم بخشی از دلیل این امر باید نامحسوس باشد، باید گذاشت تا این روابط از طریق خودِ روایات مطرح شوند. نقش مصاحبه گر دنبال کردن روایت به شیوه ای خاص، هدایت و در صورت لزوم بازگشت به آن است. باید تأکید کنیم که آن چه از این مصاحبه ها ناشی می شود، روایاتی است که نکات بحث انگیزی دربارهٔ رسانه ها، مذهب و فرهنگ به طور کلی و این افراد و خانواده ها به طور خاص ارائه می دهند. نکته، کلیت بخشیدن به این افراد در حکم نمایندگان رده های جمعیتی نیست، بلکه می خواهیم بدانیم روایت‌های آن ها چه چیز درباره چگونگی استفاده این رده از افراد از رسانه ها و نیز تفکر آن ها درباره مذهب و به هم رساندن این دو بیان می کنند. آن ها اطلاعاتی درباره ظرفیت این چیزها برای ارتباط بر زمینه زندگی خانوادگی می دهند.

خب، چه دریافتیم؟ من چیزهایی را که دیده و شنیده ام، آن هایی را که جالب و بحث انگیز بوده اند، خلاصه می کنم. کار را با بررسی این موضوع آغاز کردیم که رسانه ها بُعدی ضروری و گریزناپذیر از زندگی مدرن محسوب می شوند. هر یک از موارد مطالعاتی ما کم و بیش درستی این موضوع را نشان دادند. کودکان و جوانان مایلند تا این موضوع را به طور مستقیم تجربه کنند. والدین هم دست کم به طور غیر مستقیم آن را احساس می کنند. حتی در مصاحبه های ما به نظر والدین، رسانه ها به طریقی بدیهی تصور می شوند، گویی که یکی از ویژگی های

شاخص زنـدگی مـدرن هسـتند و از طریق آن ها بخش قابل توجهی از گفتمان ها و معانی پدیـد می آیند. دیدیم که رسانه ها نقش برجسـته و ظریفی در این خانواده ها و زنـدگی ها ایفا می کنند. البته چنان که شـرح دادم این نقش پیچیده و دارای ابعاد گوناگونی است. جالب آن که از نظر غالب مصاحبه شوندگان، رسانه ها حکم نوعی بسته بندی (مجموعه) و نه لزوماً شبکه ها یـا خـدمات متمـایز را دارنـد. تفـاوت بین رسـانه هـای گونـاگون اختلافـاتی به وجود می آورد، ولی در عین حـال این واقعیت تکنولوژیـک را بایـد بپـذیریم که مـا در دوران چنـدرسانه ای زنـدگی می کنیم. منظور این است که برنامه ای فرضاً در شـبکه کارتون یا PAX در سـایت اینترنتی و مجله هم عرضه می شود. شایـد بـازی ویـدیویی و نسـخه های دیگری هم داشـته باشـد. روش استفاده مردم از این رسانه ها و منابع مختلف هم اهمیت دارد، چنان که اطلاعاتشان از رسانه ای به رسانه ای دیگر منتقل می شود.

گرچه شایـد بخش عمـده چیزی که ما می خواهیم بدانیم دربارهٔ وجه مذهبی یا معنوی رسانه هاست، کاملاً مشـخص است که آن هـا دلالـت فرهنگی هم دارنـد. رسـانه ها در چهارچوب فرهنگی که پدیـدشان می آورد، دارای معنی هسـتند (این موضوع جای تعجب ندارد). این نکته به روشـنی در گفته های بوچ کاستِلو دربارهٔ علاقه اش در سال های جوانی به فیلم نابودگر صدق می کند. وی به قول خودش از فیلم الهام گرفته است، هرچند الهامی سکولار یا فرهنگی و نه معنوی.

رسانه ها به این علت موفقند که می توانند ارزش ها، نمادها، افکار و مَجازهایی(۱) را در فرهنگ، تداعی کنند و به کار گیرند. آن ها جذاب و حتی لذت بخشند.(۲) پس در اساسی ترین سطح، جا دارد آن ها را به صورتی تبیین شده بر زمینه فرهنگی تصور کنیم.

درباره مسئله ای که ما را به این جا کشاند، باید بگویم که رسانه ها دارای عناصر مهم مذهبی و معنوی هستند. با توجه به مباحث فصل سه، حجم زیادی از منابع در رسانه هایی که آن ها را سکولار می نامیم، مرتبط با جویندگی مذهبی و معنوی است که بیان کردیم. جالب ترین مورد در استفاده جودی کروز از منابع مرتبط با فرشتگان، بیگانگان فضایی و مابعدالطبیعه دیده می شود. شاید انتظار داشته باشیم جودی در مقام فردی که از نظر جمعیت شناختی دیدگاه سنتی تر یا محافظه کارانه تری دارد، برای ورود به چنین عرصه هایی تمایل نشان ندهد؛ ولی وی رده بندی پخش برنامه های مذهبی را نفی می کند (البته به اندازه کافی آن ها را می بیند که بخواهد نقدشان کند) و برنامه های سکولارتر را جالب تر، حتی قابل تأمل و از نظر معنوی متقاعدکننده می داند. به گمان وی چنین برنامه هایی عملاً نوعی الهیات مسیحی از دنیای بیگانگان و معجزات ارائه می دهند. نکته جالب تر آن که وی بین این برنامه ها نیز تمایز قائل می شود، برخی از آن ها را بسیار بازاری و خیالی و برخی دیگر را به دلیل واقعی تر بودن، قانع کننده تر می شمرد. جودی بین فعالیت های خانگی و خارج از خانه تفاوت می گذارد. او به

۱- tropes

۲- Fiske (۱۹۸۷); Aeng (۱۹۹۶)

شیوه‌ای، برخی از افکـار روف و وتناو درباره پویاییِ خودِ مسـتقل و جوینـده را یادآور می شود. او می خواهـد عملکرد اصـیل خود را در چهـارچوب خـانه که محیـط صـمیمی تری دارد، ببینـد. برای او نیز ماننـد خـانواده کاسـتلو (هم‌چنین وایونـا فالون و خـانواده جـانسن) اسـتقلال و جوینـدگی مهم و حتی حیـاتی است. جودی نیز ماننـد آن هـا نوعی سوءظن به مراجع کلیسایی و نهادهای مـذهبی دارد. شواهـد فراوانی این موضوع را تأیید می‌کند؛ زیرا مفهوم جویندگی مذهب و معنویت از رده بندی های محتمـل یـا اکتسـابی اجتمـاعی یا فرهنگی می آیـد. می توانستیم به راحتی فرض کنیم که جوینـدگی بیشتر پدیـده ای متعلق به خانواده ها و افراد بالاتر از نظر طبقهٔ اجتماعی ـ اقتصادی باشد، کسانی مانند کاستِلوها که به گروه هایی موسوم به گذشته گرا علاقه دارند.

در فصل سه پیش بینی دیگر ما این بود که بازار رو به گسترش کالاهای مـذهبی و نمادین، جایی است که منابع مسـتقیم و غیر مسـتقیم بیشتر در دسترس مخاطبـان علاـقه منـد قرار می گیرد. شواهـد امر در مصاحبه های ما به خوبی دیـده می شود. جودی، بوچ و پریسـیلا هر یـک کالاهای معنوی مورد علاقه خود را در رسانه ها یافته انـد. آن ها همگی چنـدرسانه ای هسـتند. از نظر جـودی بهـترین نمـونه، جـان ادوارد و برنـامه اش است. گرچه این برنـامه تلویزیونی است ولی ادوارد در اینـترنت هم حضوری چشـمگیر دارد و مجموعه ای از کالاها و خـدمات رسانه ای را در اختیار علاقه مندان می گذارد. از نظر پریسـیلا بهترین نمونه خدمات روحانی، فعالیت های سیالو است که به هر دو صورت آن لاین و شخصی

کـارش را انجـام می دهـد. البته بـا توجه به خودبیـانگری جودی، نسـخه آن لاـین جـالب تر است. به گمان بوچ بهترین نمونه، دیپـک چوپرا است که از طریق کتـابش با وی ارتباط برقرار می کنـد و گویی نوعی قـدرت عرفانی بر بوچ اعمال می کنـد. به گفته پریسـیلا و بوچ، سـیالو و چوپرا نمادها و افکاری را تـداعی می کننـد که ارتباط آزادانه ای با عملکرد شـبه بودایی آن ها دارد. به علاوه چوپرا، سـیالو و ادوارد بسیار کالایی شده اند و عملاً باید گفت بدون رسانه ها نمی توانند ارتباط کنونی شان را برقرار سازنـد. پس واقعاً جزو پدیده های رسانه ها هسـتند. دسترسـی خانواده های کروز و کاستِلو به آن ها، نشان‌دهنده ارزش عوامـل واسـطه در انتقـال نمادهایی خاص به فضاهای خانوادگی و صـمیمی است. هم چنین، این برنامه ها و خـدمات سـکولار رسانه ای، روش های سـنتی تر کاوش معنوی را به چالش می طلبند؛ برای نمونه، مونتی پایتن و جام مقدس برای خانواده فالون اهمیت فرهنگی چشـمگیری دارد و آن هـا را به تماشـای فیلمی برمی انگیزد که افکار سـنتی مسـیحیت را باز می تابانـد، همان افکاری که فکر می کنیم باید در کلیسا مطرح شود.

از نظر تمـام جوینـدگان، هر چیز که مـذهب اکتسـابی و نهـادینه را به چـالش بکشـد، جـذابیت بیشتری دارد به همین دلیل می توانیم گمان بریم که برخورداری از رسانه ای مقاوم هم‌چون فیلم مونتی پایتن و جام مقدس، لذت افزوده ای داشته باشد.

شواهد بسـیاری در این مصاحبه ها وجود دارد که گرایش آن ها را به جلب مخاطب و مصرف بیشتر نشان می دهد. به نظر می رسد دیدگاه بانی جانسن دربارهٔ ساوث پارک و خانواده فالون درباره مونتی پایتن و

جام مقدس نشان‌دهنده نوعی کشش به طرف رسانه ها باشد، چیزی که آن را فراگیر می دانیم؛ ولی باید بگوییم که فرضیات اکتسابی ما دربارهٔ مسائل رسانه ها و مذهب، نوع دیگری از مشاهده را می طلبد، همان که با ارزش ها یا علایق معنوی یا مذهبی برانگیخته و با انواع خاصی از رسانه ها در روندی کمابیش منطقی و شناختی اقناع می شود. دست کم برخی از انواع مصرف که درباره آن ها سخن گفتیم به شکل دقیق در چنین مسیری هدایت نمی شوند. به نظر می رسد رسانه ها فقط آن جا هستند، مصرف می شوند و معانی مذهبی یا معنوی در قالب نوعی رابطه دیالکتیکی توسط مخاطب ایجاد یا دنبال می شوند.

چنان که پیش تر گفتم این موضوع مسائلی را هم درباره مفهوم فهرست نمادین مطرح می کند. هم‌چنین دسترسی به رسانه ها بخش دیگری از داستان ما را تشکیل می دهد. این واقعیت که رسانه ها در قلمرویی صمیمی جای گرفته اند، دغدغه و تشویش برمی انگیزد، ولی شواهدی داریم که نشان می دهد دست کم از نظر این افراد، وجود رسانه ها در محیط خانوادگی شان به معنای مصرف آن ها است. این موضوع اهمیت خاصی دارد. به گمان جودی کروز، استفاده از اینترنت تا حدی به این خاطر بی ضرر است که در خانه اش به آن دسترسی دارد. هم‌چنین استدلال کردم که گرچه رسانه ها حضوری آشکار دارند، لازم است که به نقش پنهانی و ظریفشان هم فکر کنیم. مردم روی آن ها تمرکزی ندارند، بلکه وجودشان را بدیهی می پندارند و از جهاتی دیگر برای آن ها کارکرد خاصی قائلند. البته رسانه ها کاملاً شفافند و جای چندانی برای معانی و کنش های تلویحی به جا نمی گذارند. در طرح

مستقلِ خود، این روایت‌ها با روش هایی در فعالیت های رسانه ای ادغام می شوند که عملاً چنین استقلالی را بیان می کنند. برای نمونه، جودی در برابر تحمیل افکار رسانه ای پیرامون بیگانگان فضایی مقاومت می کند.

استقلال محدود به هیچ چیز از جمله رسانه ها نمی شود. والدینی مانند جانسن ها مایلند که فرزندانشان استقلال فردی خود را نیز توسعه دهند و انتخاب رسانه ها را نیز در حکم عنصری مهم از چنین استقلالی بدانند. برای بیشتر آن ها و به ویژه خانواده فالون این فکر که رسانه ها باید کنترل شوند، جزیی از این طرح استقلال محسوب می شود. جای گفتن ندارد که در نظر همه آنان، استقلال معنوی هم نوعی ارزش است که بر زمینه جویندگی و در تقابل با مرجعیت اکتسابی ابراز می شود.

توضیح دربارهٔ رسانه ها نیز در ایجاد تمایز فرهنگی، مذهبی و معنوی اهمیت دارد، وضعیتی که خودِ رسانه ها نیز بر آن تأثیر می گذارند. رسانه ها نقشه هایی ترسیم می کنند که در آن، مصاحبه شوندگان روایات خود را ارائه می دهند. پیش تر درباره تفاوتی که جودی کروز بین مذهب خانگی و خارج از خانه می گذارد، سخن گفتیم؛ هم‌چنین [تفاوت] بین پخش برنامه های مذهبی سنتی و برخی آثار رسانه های سکولار که از نظر معنوی مهم هستند. تمایزی که جودی بین واقعیت و خیال در برنامه های اخیر می گذارد یکی دیگر از طبقه بندی های جالب است. از نظر وی مذهب خانگی و رسانه هایی که وی به ابعاد معنوی شان می پردازد به نحو خاصی دلالت گرند؛ زیرا ریشه در تجربه تاریخی و چیزی دارند که وی زندگی واقعی می داند. برای خانواده کاستِلو، جانسن ها و وایونا فالون، چنین تمایزهایی وجه تکنولوژیک برجسته تری

دارنـد. خـانواده جـانسن دغـدغه اینترنت دارنـد و آن را برای فرزنـدانشان بَدشُـگون می داننـد. وایونا می خواهـد با اسـتفاده از دسـتگاه پخش ویـدیوکاست، رژیم رسانه ایِ خود را برنامه ریزی کنـد و تماشای فیلم های ویـدیویی را تبدیل به یکی از آیین های محوری زندگی خانوادگی کرده است. تمایزهای خانواده کاستلو، مشخصاً حاکی از گرایش طبقاتی هستند. آن ها نسبت به رسانه های صفحه ای سوءظن دارند که ناشی از قدرت بالقوه آن ها برای القا گری و این تصور است که این صفحات وقت آدم را هـدر می دهنـد. بـایستی اضافه کنیم که با وجود انزجار طبقاتی آن ها از رسانه ها، در آن ها آثاری یافته انـد که از نظر معنوی قابل توجه انـد. در چنین اظهاراتی رسانه ها طبقه بنـدی، متمایز و تا اندازه‌ای تبدیل به بیانیه هایی دربارهٔ مذهب، دلالت و ارزش معنوی می شوند. در این خانواده ها، طبیعی پنداشـتن رسانه ها نیز اهمیت خاصـی دارد. از نظر جودی کروز و خانواده جانسن، رسانه ها بخشی از محیط خانه و کم و بیش بی ضررند. در خانواده کاستِلو نقشه اساسی تری ترسیم شده که بین رسانه ها و سـبکِ زنـدگی آن ها خطی می کشـد. تمام رسانه ها، به ویژه تلویزیون با فضای کل نگرانه ای که آن ها می خواهنـد در خانه شان بسازنـد، تضاد دارند. این احساس در بین دیگر افرادِ هم طبقه آن ها فراگیر است و در مدرسه فرزندانشان هم بدیهی شمرده می شود.

وقتی از مصـاحبه شونـدگان دربـارهٔ ارتباط خودشان با رسانه ای خاص می پرسـیم، به نوع ویژه ای از رفتار رسانه ای اشاره می کننـد. وقتی آن ها برنامه های رسانه ای را به زندگی معنوی و مذهبی خود می آورند، بهترین واژه برای توصـیف رفتار آن ها بازیگوشی و نه تأمل است. در پیوند با نظر

دربـارهٔ عملکردِ رسانه ای از جمله مفهوم معروف قُر زدن از متن(۱) که هنری جنکینز مطرح ساخته است، رویکرد این مصاحبه شونـدگان را می توان نوعی تجربه گرایی، آزمون و برگرفتن دانست. نمی خواهیم بگوییم که این موضوع برای آن هـا جـدی نیست. برخورد بوچ با کتاب دیپک چوپرا به طور مشـخص نقش بسـیار مهمی در زندگی او داشـته است؛ ولی جایی که آن ها منابع رسانه ای را در برابر رفتارهای سـنتی و اکتسابی مذهبی قرار می دهند، این بازیگوشی معنای دیگری می یابد. دربارهٔ بوچ گرایش جوینـدگی به وی امکان می دهـد تا واقعیت های سـختِ ایمان سـنتی (از جمله بودیسم متعصـبانه) را متعادل تر کند و محـدوده ای برای بازیگوشـی بیابـد، جـایی که بـا چوپرا و الهـام مواجه می شود. دربارهٔ جودی، داعیه های جـدی تر و سـخت گیرانه تری که در کاتولیک گرایی سـنتی وجود دارد، باعث می شود تا وی بین خود و آن ها فاصـله ای بگـذارد. حال آن که در خانه معانی پرشورتری درباره فرشتگان، بیگانگان فضایی و مابعدالطبیعه می پروراند.

پریسیلا و جودی مانند بوچ تشخیص می دهند که برنامه های معنوی رسانه ای تا چه حد با داعیه های مرجعیت و تعصب تضاد دارنـد. در هر مورد، آثاری رسانه ای وجود دارنـد که حالات سرکوب شـده گوناگون در تجربه مـذهبی را تـداعی می کنند، موضوعی که در فصل های پیشین دربارهٔ آن سخن گفتم. خانواده کاستلو چنین تأثیری را از موسیقی

۱- (textual poaching; Jenkins (۱۹۹۲

می گیرنـد. در تمـام این خـانواده ها مفهوم تجربه به خودی خود و افکار مرتبط با معنویت پرشور، چنین حالاتی را تـداعی می کنند.

دیدیم که رسانه ها بُعدی گریزناپذیر و حتی فراگیر از زندگی مدرن هستند. هم چنین، شواهدی از چگونگی ارتباط رسانه ها بـا زنـدگی معنوی و مـذهبی در این خـانواده هـا را بررسـی کردیم. تفـاوت هـا و اشتراکـات بین این زمینه هـای کاملاًـ متمایز، (خـانواده های کاسـتلو و کروز) بحث انگیز است. در فصل بعـد با اسـتفاده مسـتقیم تر از رده بنـدی های روف به خانواده های بیشتری خواهیم پرداخت. با این روش امیـدواریم که بتوانیم درباره نقش رسانه ها در زنـدگی روزانه معنوی و مذهبی، شـرح و تفصیل بیشتری بدهیم.

پاره ششم: ابژه های فرهنگی و هویت مذهبی نزد مسیحیان باز متولد و مومنان معاصر

اشاره

پاره ششم: ابژه های فرهنگی و هویت مذهبی نزد مسیحیان باز متولد و مومنان معاصر

در حال حاضر مذهب در ایالات متحده و غرب دستخوش تحولات شگرفی است. بسیاری از روش های اکتسابی و تثبیت شده برای تفکر درباره مذهب دیگر اولویت ندارند. از سوی دیگر، خاطرات مشترک مذهبی هم‌چنان تعیین کننده بخش عمده اموری است که مذهبی یا معنوی می پنداریم. روش های جدید ترِ بررسی مذهب به گونه ای که در آثار پژوهشگرانِ برجسته ای چون رابرت وتناو، استیون وارنر، نانسی اَمرمن، کاترین آلبانِس و وِید کلارک روف نشان داده می شود، شاخص های مهمی از تغییر در تجربه و بیان مذهبی را نمود می دهند.

خانواده ها و افرادی که در فصل های اخیر سخنانشان را شنیدیم، برخی از ویژگی های مهم بیان مذهبی و معنوی در دوران کنونی را نشان دادند. به دلایلی مشخص می توانیم بپذیریم که بخش عمده این گرایش مذهبی باید ارتباط خاصی با فرهنگ رسانه ها داشته باشد، چنان که در سراسر این کتاب درباره این موضوع استدلال کرده ام.

اکنون به ارزیابی آشکارتری از تجربه مذهبی معاصر و ارتباط آن با رسانه ها می پردازیم. برای انجام این کار بر زمینه افکار معاصری که دربارۀ مذهب وجود دارد، بار دیگر به رده بندی مذهب در نسل پر زاد و ولد آمریکا می پردازیم، موضوعی که وِید کلارک روف آن را شرح و بسط داده است. مهم است به خاطر داشته باشیم که تحلیل روف به گونه‌ای

که در دو کتاب تأثیرگذار او شرح داده شده است، برگرفته از رده بندی رویکرد مذهبی و دور از آمارها و مصاحبه های مفصل است. از نظر وی این رده بندی ها، جنبه استقرایی ندارد؛ بلکه بیشتر نشان‌دهنده شیوه های تفکر و گفتار مصاحبه شوندگان دربارهٔ مذهب و معنویت است که منطبق بر ادراکات مشترک، هویت، خودبیانگری و عملکرد آن ها در این زمینه گرد آمده اند. این رده بندی ها از حساسیت مذهبی ای سرچشمه می گیرند که روف طی پژوهش های خود در دهه ۱۹۹۰ شناخت، گرایشی که نه فقط با دغدغه نسبت به هویت، بلکه با اصالت بخشیدن به این هویت با روشی خاص تعیین می شود. چنان که روف اشاره می کند و می نویسد:

نیروهای نوظهوری که از این فرآیندِ جویندگی بروز می کنند، نه در جهت دستیابی به هویت گروهی و جایگاه اجتماعی، بلکه بیشتر برای تقویت فردیت و زندگی درونیِ اصیل به کار می رود.(۱)

روف می نویسد که این موقعیت، سه بُعد مهم دارد؛ نخست، شمار افرادی که چنین گرایش هایی را دنبال می کنند. در واقع جنبشی گسترده به سوی جویندگی یا کاوش است که از نظر جمعیت شناختی تمام رده بندی های اجتماعی و مذهبی را که شاید انتظار داشته باشیم قدرتمندتر باشند، پشت سر می گذارد.

دوم، به گفته روف این خودآگاهی و خودبازتابندگی در عملکردهای مذکور، ریشه در دوران پسامدرن دارد. چنان که گیدنز و دیگر

۱- Roof (۱۹۹۹), p. ۷.

پژوهشگران، آن را به منزله دورانی تشریح کرده اند که خود و درکِ خود، شیوه های غالب آگاهی را تشکیل می دهند.

سوم، روف می خواهد تأکید کند که:

این گرایش ها خودمحور یا خودبینانه نیستند، بلکه نوعی اشتیاق ژرف به دگرگونی خود را بروز می دهند که اصیل و از جنبه فردی رضایت بخش است.(۱)

چنان که پیش‌تر گفتم، این روش های نوظهور برای پرداختن به مذهب و معنویت از الگوی جدیدی سرچشمه می گیرند که عناصری را در چهارچوب منابعی تلفیق می کنند و محور توجه شان عملکرد مخاطب نسبت به رسانه ها است. روف این الگوی جدید را مذهب زنده در زندگی روزمره می داند(۲) که نمادها و عملکردهای جدید را با هم ترکیب می سازد و افراد را در چهارچوب هایی نمادین قرار می دهد که در آن ها خودِ کم و بیش مستقلی یافته اند، خودی که هم عاملی فعال و هم اُبژه این مذهب یا معنویت است. در این میان، زمینه گسترده تر اجتماع هم عامل مهمی است؛ زیرا امروزه مذهب سنتی باید با جامعه ای اشباع شده از رسانه های چندوجهی رقابت کند که در آن ترکیب سنت ها و نمادهای مذهبی نوعی هنجار به شمار می آید.(۳) روف عاملیت فردی را در حکم نتیجه منطقی شرایط مذهب، در دوران مدرنیته اخیر می داند. وی می نویسد:

۱- Roof (۱۹۹۹), p. ۹.

۲- اصطلاح مذهب زنده از گفتمان پژوهشگرانه قدیمی تری می آید که دیدگاهی انسان شناختی را هم در کار پژوهش وارد ساخته است. بخش عمده این تفکر در هال (۱۹۹۷) توضیح داده شده است.

۳- Roof (۱۹۹۹), p. ۴۱

تأکیـد بر جوینـدگی اشـاره به این نکته است که در دوران نفوذپـذیری خـاص مرزهـا، جـایی که تبادلات، آزادانه و به راحتی صورت می پذیرنـد، جای تعجب نـدارد که کاوش مـذهبی رایج شود. انعطا ف پذیری و جنبش، فرآیندهای خلّاق و معنوی را برمی انگیزنـد. عملکرد واقعی مـذهب بر این زمینه و همپوشانی فرهنگ های مذهبی و مرزهای مخدوش تا اندازه‌یی افراد را به خودکاوی و تفکر تشویق می کند. ایمانِ سـنتی در جوامع مذهبی و معنویت در شکل مطلقِ آن، به منزله نوعی جایگزین، تأمل و اراده پایـدار می طلبد. مسـلماً چنین وضـعیتی در شـرایطی امکان پذیر می شود که هیچ نهاد مذهبیِ خاصـی یا فعالیت معنوی نخواهد نمادگرایی در امور مقدس را انحصاری بداند.(۱)

گرچه شایـد این خودگرایی به دلیل فقـدان مفهومی از شـکل یا زمینه، اضـطراب هایی را به وجود آورد، روف به ایـده رابرت جی لیفتن دربارهٔ خودِ منعطف اشاره می کنـد. اُبژه باید سـیال باشد، طوری که فرد بتواند آزادانه بین زمینه ها، مکان ها و منابع نمادین سـیر کند و با وجود این، در موضـعی قرار داشته باشد که آن چه می جوید توضـیح یا چهارچوبی برای درک یا کنش فراهم آورد.(۲) در واقـع ایـن شـوق بـه سـیال و در عیـن حـال مسـتقر بـودن، یکی از دشـوارترین نکـات برای درکِ فرهنگِ جوینـدگی است و در واقع کمـک می کنـد تـا به خـاطر داشـته باشـیم که کـل عملکرد رسانه ای بر محور عاملیت بازتابنـده و استقلال فردی می گردد. مجموعه ای فرضی از نمادها یا عملکردها که برگرفته از سنت مذهبی

۱- Roof (۱۹۹۹), p. ۴۴

۲- Roof (۱۹۹۹), p. ۱۳۲, citing Lifton ۱۹۹۳, p. ۹

خاصی هستند، برای مشروعیت نیازی به اتکا بر ویژگی های رسمی آن سنت ندارند. نکته مهم، معنی دار بودن آن ها برای فرد هنگام برقراری ارتباط بین سنت ها (سیال بودن) و حضور در بطن سنت ها (مستقربودن) است. چنان که روف اشاره می کند، بیشتر مصاحبه شوندگانِ او (و خیلی ها که در این صفحات نظراتشان را منعکس کردیم) جویندگی خود را به شیوه ای بسیار عمل گرایانه مشروعیت می بخشند:

دنبال کردن راهبردهای مختلف برای آن ها مؤثر است.(۱)

برای بررسی ابعاد اصلی این استدلال ها درباره ماهیت جویندگی یا کاوش در معنویت، دنبال کردن نکته‌های زیر مهم به نظر می رسد. نخست این که مذهب و معنویت تجربیات روزمره هستند. آن ها ابتدا پیگیری شده و بعد ساخته و بر زمینه زندگیِ روزمره تجربه می شوند.

دوم این که عملکردهای رسانه ای بازتابنده هستند؛ بدین معنی که سطحی پیچیده از خودآگاهی و جهت گیری به سوی هویت فردی را شامل می شوند.

سوم این که عاملیت فرد در این فرآیندکه نوعی استقلال در جویندگی و شکل دهی به تجربه است، نقش مهمی بر عهده دارد. در نهایت، پیوند این نمادها، عملکردها و ارزش های متعدد، به ساخته شدن خودِ آرمانی می انجامد.

اهمیت پژوهش روف برای طرح ما، ضمن تأویل مناسب از فرهنگ مذهبی معاصر، درک مفاهیم مذهبی و معنوی در دوران رسانه ها است.

۱- Roof (۱۹۹۹), p. ۱۳۲

هم‌چنین شیوه بیان و انتقال چنین فرهنگی در زندگی و توضیحات افراد، خانواده ها و گروه ها هنگام برخورد آن ها با فرهنگ مـذهبی و معنوی را در برمی گیرد. این واقعیت که رده بنـدی های روف رسـمی (فرمی) یا اسـتقرایی نیسـتند، می توانـد باعث پیونـدِ میان گفت و گوهای ما دربارهٔ مذهب، معنویت و رسانه ها با مضامین گسترده تری در مطالعه فرهنگ مذهبی شود. چنان که روف، وارنر، آلبانِس و دیگر پژوهشـگران مـذهبیِ الگوی نوین اسـتدلال می کننـد که دیگر جست وجوی مـذهب در رده بنـدی های اکتسابی، فرمی، اسـتقرایی یا اساس گرا معنایی نـدارد. نمونه های مـذهبیِ روف، روشـی برای سازمانـدهی و تأویل تجربیـات بیـان شـده در زنـدگی روزمره فراهم می آورنـد، به گونه‌ای که نشـان‌دهنـده تفکر ما نسـبت به سازمان دهی مجـدد مذهب، طی دوران کنونی است که در خودِ مذهب انجام می شود.

رده بندی های روف

رده بندی های روف

در فصـل سه رده بنـدی هـای روف را معرفی کردم، از جمله پیشـنهاداتی دربـاره انواع رویکرد های رسانه ای که می توانیم از نمونه های مختلف انتظار داشـته باشـیم. ما به نوبت هر یک از این رده بنـدی ها را بررسـی خواهیم کرد و کار را با مرور نمونه هایی آغاز می کنیم که انتظار داریم از نظر عملکرد رسانه ای در هر یک از این رده بندی ها بیابیم؛ سـپس ادامه خواهیم داد تا ببینیم دربـارهٔ افراد یـا خـانواده هـایی که بـا آن هـا مصـاحبه کرد ه ایم چه نکـاتی می توانیم بگوییم که کم و بیش در تعاریف روف

بگنجد. در ادامه این روند، برخی از نتایج کلی را درباره آن چه دیده ایم بررسی خواهیم کرد.

قراردادن مصاحبه شوندگان در این رده بندی ها، قدری دشوارتر از آن است که شاید انتظار داشته باشیم. چنان که پیش‌تر درباره گِلن دانگِل در فصل چهار دیدیم و البته در مواردِ دیگر هم خواهیم دید، مصاحبه شوندگان ما به طور کامل در رده بندی روف قرار نمی گیرند. در عوض لازم است تا طبقه بندی او را گاهی از جنبه فرمی به کار گیریم و در مواقع دیگر با تلفیق توضیحات، عناوین اکتسابی و خود بیانگری، وضعیت هر یک از رده ها را مشحص سازیم. در مصاحبه های فصل پیش به عناصری رهگشا برای این چالش توجه کردیم. نکته ای که بسیاری از آن روایت‌ها را مشخص می سازد، نوعی بازیگوشی(۱) است. افرادی مانند جودی کروز و خانواده کاستلو با نوعی سبک شخصی (مرتبط با افکار بازتابندگی در دوره مدرنیته) به موضوعات معنوی در رسانه ها می پردازند. این سبک تجربی پرشور، جذاب و زنده است. شاید نتیجه کار برای جودی تا حد مشخصی نوعی بریکولاژ(۲) باشد که همزمان سیال و مستقر است. منظور آن است که گرایش های مذهبی و معنویت در وی ایستا نیستند که بتوان آن ها را طبقه بندی کرد. نقش رسانه ها در جویندگی و کاوش جودی (و دیگران) از این هم پیچیده تر است. به گمان جودی رسانه ها زمینه ای برای بازی نیز هستند چنان که به نظر

۱- playfulness

۲- .:bricolage گردآوری و قراردادن عناصر، متون و قطعات دم دست و نه لزوماً مرتبط در قالب یک اثر، که از ویژگی های آثار پسامدرن شمرده می شود. (م.)

می آیـد حکـم مکـانی کـم و بیش کـم ضـرر برای بررسـی را دارنـد. از نظر او و کسـان دیگری کـه در ایـن فصـل به بررسـی افکارشـان خواهیم پرداخت، معنی سـازی در رسـانه هـا بـا آن چه شایـد انتظـار داریم هنگام برخورد با منابع و فرهنگ نمادین ببینیم، متفـاوت است. جودی و دیگر مصـاحبه شونـدگان ما، رسانه ها را در حکم یک زمینه و در عین حال فهرستی نمادین به شمـار می‌آورنـد؛ بنـابراین نقش رسانه ها در هویت و معنای وجودی آن ها شایـد بیش از آن چه انتظار می رود شـکل دهنـده باشد.

مسیحیان بازمتولد

اشاره

مسیحیان بازمتولد

در فصـل سه اشـاره کردم که اوَنجلیسم، بیش از دیگر سـنت های مسـیحی معطوف به رسانه ها بوده است. در آن جا گفتم که شاید انتظار داشـته باشـیم در بین مصاحبه شوندگانی که جزو مسـیحیان بازمتولد هستند، استقبال بیشتری از نقش رسانه ها برای جویندگی و رسـیدن به معنای مذهبی را ببینیم. در عین حال شاید انتظار داشـته باشـیم که آن ها مرزهای آشـکارتری بین انواع رسـانه هـا بکشـند؛ برای نمونه، رسـانه‌هـای مـذهبی را برای انتقـال افکـار و ارزش‌هـای هنجـار بخش، منـاسب‌تر از رسانه های سکولاـر به شـمار آورنـد. هم‌چنین نظر دادم که شایـد سـلیقه طبقـاتی آن هـا در مقـایسه بـا دیگر طبقـات پـایین ترِ اجتماعی و اقتصـادی جامعه آمریکا، در تأویل های شان نمود بیشترِی داشـته باشـد (گرچه در سال های اخیر چنین تمایزی مخـدوش شـده است). این امر ناشی از

گرایش سنتی اوَنجلیست ها و مسیحیان بازمتولد است. گرچه روف این نکته را خاطرنشان می کند که حتی مسیحیان بازمتولد هم نوعی جویندگی مستقل و تردید نسبت به مرجعیت مذهبی بروز می دهند؛ پس شاید نزد ایشان رده بندی های اکتسابی رسانه های خوب و رسانه های بد نسبت به مصاحبه شوندگانِ سنتی تر و یا جزم اندیش تر اهمیت کمتری داشته باشد.

خانواده میلیکِن

خانواده میلیکِن

خانواده میلیکِن در حومه یکی از شهرهای بزرگ ایالات متحده زندگی می کنند. پدر و مادر خانواده، به ترتیب جِی و لین هر دو بیرون از خانه کار می کنند.(۱) این دو خود را مسیحیان بازمتولد می دانند؛ ولی اندکی پیش از مصاحبه در مراسم غسل تعمید شرکت جسته و به عضویت کلیسای روح القدس(۲) درآمده اند. لین و جِی در کلیساهای سنتی و متعارف بزرگ شده اند ولی اخیراً جویندگی شان به یافتن کلیسایی انجامیده که اکنون به آن مراجعه می کنند. لین و بچه ها هفته ای بیش از یک بار به کلیسا می روند، ولی جِی به دلیل برنامه کاری اش معمولاً نمی تواند در کلیسا حاضر شود. لین و جِی هر دو به مدرسه عالی رفته و تا مقطع کاردانی تحصیل کرده اند. لین در مهد کودک کار می کند و جِی راننده کامیون است. آن ها بیش از یک سال پیش از منطقه ای دورافتاده به مکان فعلی شان آمده اند. فعالیت های اجتماعی آن ها بیشتر در ارتباط

۱- مصاحبه با خانواده میلیکن را اسکات وِبِر و میشل مایلز انجام داده اند.

۲- Pentecostal

بـا کلیسـایی است که به آن مراجعه می کننـد. ری فرزنـد سـیزده سـاله خـانواده، عضـو سازمـان دریـانوردان جوان نیز هست و خواهرش لورا هفت ساله هم می خواهـد وقتی به سن عضویت برسـد، وارد آن سازمان شود. لین مادر هر سه فرزند است، ولی پدر رِی و لورا شوهر اول لین است. ریچ پسـر چهار ساله خانواده تنها فرزند جِی است، ولی جِی خیلی دوست دارد که پدر دو فرزنـد ارشد هم شـمرده شود، گرچه لین حضانت هر دو را برعهده دارد. درآمد خانواده بیش از سـی و پنج هزار دلار در سال است. مانند بسیاری از خانواده ها، میلیکِن ها از حضور رسانه ها در خانه شان راضی اند. شاید انتظار داشته باشیم که رفتارها و عادت‌های آن ها همراه با نوعی سـخت گیری اخلاقی نسـبت به رسانه ها باشد، ولی رسانه ها و تکنولوژی، در خانواده میلیکن حضور همه جانبه ای دارند. در جایی از مصاحبه آن ها درباره عادات رسانه ای رِی حرف می زنند.

لین:

او این نوار، سی دی را خرید. اسمش بود...

مصاحبه گر:

صورت بچگانه!

لین:

چیزی توی همین مایه ها...

مصاحبه گر:

این اسم هنرمند است یا خود اثر؟

لین:

اسم اثره. نوعی از موسیقی سیاه پوستان آمریکا....

جِی:

خُب، ما اشعارش رو شنیدیم و بعد....

لین:

ما اول آلبوم رو دیدیم و بعد به اون گوش دادیم، در حقیقت اون رو بررسی کردیم؛ سپس به رِی گفتیم که باید چیز دیگه ای رو برای شنیدن انتخاب کنه.

مصاحبه گر:

آیا این کار در خانوادهٔ شما رایج است؟

لین:

خب، درست مانند بازی های رایانه ایه. ما کنترل های خاص خودمون رو داریم.

جِی:

فیلتر پدرانه_مادرانه.

مصاحبه گر:

در اینترنت؟

لین:

بله اینترنت را هم کنترل می کنیم، ولی رِی از این موضوع با خبره.

جِی:

اون می دونه که چطور از پس همه چیز بر بیاد.

لین:

اون سعی اش رو می کنه، ولی می دونید ما خیلی... (خطاب به رِی) فکر کنم ما کارهای تو با رایانه رو هم کنترل می کنیم، مگه نه؟

جِی:

فکر می کنم بایـد این روال کار رو قـدری تغییر بدیم چون وقتی گاهی وقت ها بالا میام، می بینم که اون مشـغول کار با رایانه است و نمی دونم چطور از شر صفحه رایانه خلاص بشم. واقعاً نمی دونم.

تجربه آن هـا، تجربه والـدین در سراسـر جهـان بـا نوجوانـان و رسانه ها است. مسـیر فرهنگ به سوی خانه ها از طریق سـلیقه و انتخاب های فرزنـدان هموار می شود. این یکی از واقعیت های اساسـی زنـدگی در عصـر رسانه هاست. پیش‌تر این موضوع را در فصـل پنـج ملاحظه کردیم. برای خانواده میلیکِن این امر آشـکارا قابل توجه است، چون درباره آن فکر می کننـد و برایش اهمیت قائلنـد؛ ولی در این رونـد با موقعیت‌هایی رو به رو می شونـد که کمتر از آن چه می خواهنـد بر رسانه ها کنترل دارند. میلیکِن هاماننـد بسـیاری از والـدین دیگر، به نقش رسانه ها در زندگی شان توجه خاصـی دارند. هم چنین جالب است که در این جا نیز مانند بسیاری دیگر از لحظات مصاحبه، وقتی درباره راهبردهای خود برای پرداختن به رسانه ها صحبت می کنند، به صورت آشکار یا خودآگاهانه به مذهب یا ارزش ها یا افکاری که برگرفته از ایمان بازمتولد آن ها است، اشاره نمی کنند. هر چند شاید چنین افکاری ابزارهای هنجاربخشـی برای توجه به مسائل رسانه ها محسوب شوند؛ البته نباید انتظار داشـته باشیم که هر یـک از این خـانواده هـا به طور کامل نماینـده تیپ آرمانی در بین مسـیحیان بازمتولـد باشـند. با وجود این، خانواده میلیکِن ماننـد بسـیاری از خـانواده هـایی که بـا آن هـا مصاحبه کرده ایم و در این رده قرار دارنـد، در عمل از نظر ارزش ها یا رفتارها، برخی از کلیشه های این عنوان را برنمی تابند؛ برای نمونه لین علیه این برداشت استدلال می کند که

مذهب وی یا هر مذهب دیگری را باید به منزله عامل تعیین کننده در رویکرد معنوی به شمار آوریم:

فکر می کنم بین مذهب و رابطه با خداوند یه تفاوتی وجود داره. حداقل احساس شخصی من اینه. می تونید به کلیسا برید، می تونید مذهب خودتون رو داشته باشید، می تونید اعمال مذهبی انجام بدید، ولی بین مذهب و رابطه با خداوند تفاوت فراوونی وجود داره.

این طرز فکر، نمونه فردگرایی مسیحیان بازمتولد است. سویه قدرتمند و پرشور تجربه مذهبی یا معنوی، رابطه ای است که فرد با خداوند و مسیح، نه با گروه یا چهارچوبی سازماندهی شده دارد. نهادها، تواریخ [تاریخ مذهب و حکایات تاریخی ــ مذهبی] یا اصول نظری مذهبی، نقشی در تجربه مذهبی یا معنوی ندارند. همان طور که واسطه آن ها نیز محسوب نمی شوند. برای نمونه لین استقلال خود از ساختارهای مرجعیت مذهبی را در عرصه ای مهم ــ نگرش درباره آموزش جنسی ــ به فرزندان بیان می کند. شاید بتوان او را بیش از والدین دیگر آزاداندیش دانست، چنان که دربارهٔ جنسیت بی پرده با فرزندانش صحبت می کند. همچنین نواری ویدیویی را که توسط سازمان اوَنجلیکالِ کانون خانواده تولید شده است، نشان می دهد که آشکارا تولد نوزاد را تصویر می کند. وی طوری این موضوع را بیان می کند که گویی خود را مشخصاً متفاوت با دیگران (والدین محافظه کارتر) می پندارد. این مفهومِ آشکار یا ضمنی که باید انتظار داشته باشیم مسیحیان بازمتولد برای راهنمایی درباره ارزش های اجتماعی به مراجع روحانی یا نهادینه مراجعه کنند، به طور مشخص

درباره لین یا جِی صدق نمی کند؛ زیرا آن ها مسیر خود را در پیوند با فرهنگ گسترده تری یافته اند.

درباره نقش رسانه ها در زنـدگی آن ها چه می توان گفت؟ خانواده میلیکِن هم‌چون بسیاری از مصاحبه شوندگان اوَنجلیکال یا بازمتولـدِ ما، تمایزی آشکار بین رسانه های سکولار و رسانه های مذهبی قائل هستند و به ویژه به رسانه های مذهبی علاقه ندارند. وقتی درباره رسانه هایی می پرسیم که با عقایدشان سازگار هستند،

جِی می گوید:

ما سعی می کنیم که برنامه های ...TBN را نبینیم. اسمش همینه دیگر؟

مصاحبه گر:

منظورتان شبکه رادیو تلویزیونی تِرینیتی(۱) است؟

جی:

بله، در این شبکه برنامه های فریبکارانه ای پخش میشه.

با این که لین نشان می دهد تا اندازه‌ای به برنامه های مذهبی از جمله آثار شبکه TBN و بنی هین(۲) علاقه بیشتری دارد، باز هم احتیاط را

۱- Trinity Broadcasting Network برای اطلاعات بیشتر دربارهٔ این شبکه رک به: بررسی شبکهٔ ماهواره ای TBN. احمد شاکرنژاد. ماه نامهٔ رواق هنر و اندیشه. شماره های ۳۱ تا ۳۳. مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما. قم. ۱۳۸۷. (م.)

۲- Toufik Benedictus "Benny" Hinn توفیق بندیکتوس هین، مشهور به بنی هین، تله ونجلیست مشهور آمریکایی، به سال ۱۹۵۲ در حیفا (فلسطین) به دنیا آمد. پدرش عربی فلسطینی (از مسیحیان وابسته به کلیسای ارتدکسی یونان) و مادرش یکی از ارامنهٔ فلسطین بود. وی پس از جنگ شش روزهٔ اعراب و اسراییل به همراه خانواده اش به آمریکا مهاجرت کرد و در آن جا اونجلیست شد. وی شهرت خود را مدیون برنامه های موعظه ای است که عمدتا در استادیوم های بزرگ شهر ها برگزار می کرد و در آن عده ای مدعی معجزه می شدند. مشهورترین برنامهٔ وی با نام This Is Your Day بود. وی بعدها با پاول کراچ در شبکهٔ معروف TBN همکاری کرد. وی چندین جلد کتاب به رشتهٔ تحریر درآورده است. (م.)

کنار نمی گذارد:

فکر می کنم بایـد تعـادلی وجود داشـته بـاشه. گـاهی وقت هـا مردم خیلی در تماشای چنین برنامه هایی افراط می کننـد. وقتی چنین حالتی پیش می آد بایـد نوعی تعادل برقرار کرد. از یک طرف احتمال داره دچار تأسف بشـید و از طرف دیگه ممکنه با اون ساده انگارانه برخورد کنید، می دونید منظورم چیه؟

بـار دیگر بـه نظر می آیـد که این موضـوع ریشه در عقایـد لین داشـته باشـد، چیزی که جِی هم به آن اعتقـاد دارد، این که در نهایت هر شخصی مسئول ایمان خود و دستیابی به افکار و کنش هایی دقیق و کارآمد در این زمینه است. در واقع چیزی نیست که بتوان آن را به دیگری یا کانون مرجعیت مذهبی و غیره واگذارد.

خـانواده میلیکِن مجموعه ای از نوارهـای ویـدیویی و صوتی دارنـد که سازمان کانون خانواده آن ها را توزیع کرده است، ولی آن نوارهـا را در حکم منـابعی برای دریـافت مفـاهیم معنوی و چیزی شبیه کتابخانه مرجع می بیننـد، نه آثاری که بایـد ایمان و کنش را دیکته کننـد. علاوه بر آرشـیو کانون خانواده، میلیکِن ها تعـدادی سـی دی مذهبی هم دارند، از جمله آن هایی که از ژانر موسیقی معاصر مسیحی می آید و شنوندگان ایستگاه هایی رادیویی در منطقه شان به آن ها گوش می دهند.

در بین اعضـای خـانواده، رِی سـیزده ساله از انواع رسانه ها اسـتفاده می کنـد و بـدین جهت پـدر و مادر توجه خاصـی به رفتار رسانه ای او دارند. رِی به موسیقی مسیحی معاصر علاقه نشان می دهد، هر چند به اینترنت

و بازی هایی ویدیویی هم گرایش زیادی دارد، موضوعی که گاهی از نظر والدینش مسئله ساز است. این امر در گذشته باعث حذف اینترنت و بازی های ویدیویی، در حکم نوعی مجازات، شده است؛ البته خانواده میلیکِن باید و نباید های سخت گیرانه ای برای استفاده از رسانه ها ندارند. سلیقه رسانه ای رِی مشخصاً با والدینش متفاوت است. در جایی از مصاحبه وقتی از او می پرسند که اگر برنامه های تلویزیون کابلی را مشترک شوند، چه خواهد کرد، وی جواب می دهد که برنامه های نیکل اُدیون و شبکهٔ کارتون را تماشا خواهد کرد. پدرش می افزاید، برنامه های کانال دانش و کانال تاریخ هم ارزشمند هستند.(۱) به واقع رِی در سنی است که بیشتر به حاشیه های ناشناس بازار رسانه ها سرک می کشد. وی از تماشای بازی های ویدیویی هم‌چون استار کرفت(۲) و حیوان گوشت خوار(۳) لذت می برد. هم‌چنین به بازی های رایانه ای در سایت هایی مانند Shockware علاقه‌مند است.

هم‌چون بسیاری از خانواده ها در مطالعات ما (و دیگران)، خانواده میلیکِن بین اعتقادات خود به رسانه ها و رفتارهای شان تضادهایی بروز می دهند؛ برای نمونه در موقعیتی که آن ها بی علاقه گی خود را به ژانر تلویزیون ــ واقعیت ابراز می کنند، به نظر می آید که مجموعه بازمانده، یکی از اولین آثار این ژانر تلویزیونی را همراه با برنامه های مشابه دیگر می بینند. در این بخش، مصاحبه گر می پرسد که آیا اعضای خانواده

۱- Learning Channel, History Channel

۲- Starcraft

۳- Carnivore

برنامه هایی را به طور منظم و در کنار هم می بینند یا نه. لورا هفت ساله شروع به پاسخ دادن می کند.

لورا:

من و رِی برنامه ای رو می بینیم که در اون بچه ها یارکشی می کنن و مسابقه میدن. بعضی از اون ها در تیم های قرمز هستن و بعضی در تیم های آبی. آخرین تیمی که ....

جِی:

اسم این برنامه چیه رِی؟

رِی:

نمی دونم درباره چی حرف می زنی!

لورا:

این جوری است که انگار پنج نفر در مسابقه شرکت می کنن و بعد....

مصاحبه گر:

آیا این برنامه شب ها پخش می شود؟

لورا:

مسابقه در هاوایی برگزار میشه، رِی اسمش چی بود؟

رِی:

نمی دانم درباره چی حرف می زنی.

لورا:

یادت میاد حشرات و چیزهایی مثل اون رو خوردن؟ یا چه طور هزار دلار بردن؟

رِی:

بازمانده؟

لورا:

بله! بازمانده. اسمش بازمانده است.

مصاحبه گر:

بازمانده... شما دو نفر تماشایش کرده اید؟ پدر و مادر هم آن را می بینند؟

لین:

ما دو بار با هم اون رو تماشا کردیم.

جِی:

من در حقیقت همهٔ این مجموعه رو ندیدم.

لین:

اون همیشه...، به اون چی میگید؟

مصاحبه گر:

کانال عوض می کند؟

لین:

بله! کانال عوض می کنه. درست است جِی؟

جِی:

بله!

مصاحبه گر:

آیا واقعاً می خواهید سری جدید بازمانده را که از این هفته شروع می شود ببینید؟

جِی:

من واقعاً از این برنامه های تلویزیون ـــ واقعیت خوشم نمیاد.

لین:

ما قدری از اون ها رو می بینیم و بعد جِی کانال رو عوض می کنه.

جِی:

من به طور معمول یک قسمت از این مجموعه ها رو می بینم و بعد تصمیم می گیرم که قسمت های بعدی رو تماشا کنم یا نه، می دونید....

مصاحبه گر:

هنوز تصمیم نگرفته اید که به تماشای یکی از مجموعه ها ادامه بدهید؟ به این نتیجه نرسیده اید که مثلاً فلان مجموعه جالب است... یا به طور کلی به برنامه های تلویزیون _ واقعیت علاقه ندارید؟

جِی:

به درد من نمی خورن.

لین:

یکی از این مجموعه ها رو ببین. همون که افراد در جزیره هستن.

جِی:

بله! اون رو دیدم.

این همان رویکرد به تلویزیون است که پیش‌تر ملاحظه و درباره آن بحث کردیم. توضیح دربارهٔ رسانه ها که این بار تلویزیون_ واقعیت را در گفتمان رسانه های معاصر، ژانر نامناسبی می داند. همزمان ما در این خانواده، شیوه ای از تماشای تلویزیون را می بینیم که همیشه منجر به دخالت برای محدود ساختن برنامه ها نمی شود. نه فقط بچه ها بازمانده را تماشا می کنند، بلکه لین ادعا می‌کند چند بار به اتفاق هم برنامه را تماشا کرده اند. این قسمت تا اندازه‌ای شیوه تماشا در خانه میلیکِن را هم آشکار می سازد، به ویژه زمانی که جِی دستگاه کنترل از راه دور تلویزیون را در اختیار دارد. مهم آن است که گرچه جِی می گوید برنامه های تلویزیون _ واقعیت به دردش نمی خورند، ولی اعتراف می کند

که آن هـا را می بینـد. به خوبی متوجه می شویم که بخش زیـادی از رونـد تماشـای برنامه های تلویزیونی در خانه میلیکِن، به عوامل دیگری غیر از انتخاب برمی گردد، حال فرقی نمی کنـد که مبتنی بر چه ارزش ها و معیارهایی باشد. وقتی دربارهٔ برنامه هـایی می پرسـیم که اعضـای خـانواده نمی بیننـد، لین به متأهل و بچه دار(۱) اشـاره می کنـد. ولی در این مورد هم ماننـد ژانر تلویزیون _ واقعیت دوست نداشـتن یـا موافق نبودن بـا چیزی، همیشه بـدین معنی نیست که نبایـد آن را دیـد. مصـاحبه گر می پرسد:

آیا برنامه هایی هست که هیچ کس دوست نداشته باشد؟

لین:

اون نمایش ازدواج خانوادگی چیه؟

جِی:

متأهل و بچه دار؟

لین:

بله تو از اون خوشت میاد. من به موقع تلویزیون رو روشن می کنم، شاید بخوام اخبار روز رو ببینم. ما در این تلویزیون فقط دو یا سه شبکه داریم، پس خودم رو به اون چه میشه دید محدود کردم.

مصاحبه گر:

آیا این برنامه ها... نمی خواهم بگویم که شـما طرفدار پر و پاقرص متأهل و بچه دار هستید، ولی می نشـینید و آن را تماشا می کنید. آیا برنامه ای هست که یکی از اعضای خانواده بخواهد ببیند و دیگری نخواهد؟ منظور این است

۱- Married with Children سریالی در ژانر کمدی که از سال ۱۹۸۷ تا ۱۹۹۷ در آمریکا (حدود ۲۶۲ قسمت ۲۲ دقیقه ای) پخش شد. داسـتان سریال حول شخصیت مردی می گذرد که فروشندهٔ کفش های زنانه است با زندگی ای درهم وبرهم. وی از شـغلش راضـی نیست، پسری نامتعادل و دختری ساده لوح و ولنگار دارد. این خانواده نماد خانواده های سفیدپوست بی کلاس آمریکایی (WhiteTrash) است. (م.)

که شما از متأهل و بچه دار خوشتان نمی آید؟

لین:

من خوشم نمیاد.

مصاحبه گر:

چطور؟

لین:

بعضی چیزهای اون... در بعضی موارد الگوهای مناسبی نشان نمیده.

مصاحبه گر:

در چه مواردی؟

جِی:

احترام متقابل. شخصیت های این مجموعه مدام یکدیگر رو تحقیر می کنن.

لین:

اون ها... نمی دونم، ولی من هم فکر می کنم الگوی خوبی نمایش نمیده. نمی خوام بگم که بد است یا چیزهایی از این قبیل....

چه چیز دیدگاه جِی را نسبت به این برنامه توضیح می دهد؟ این برنامه در ساعتی نزدیک به برنامه خبری پخش می شود که جِی می خواهد آن را ببیند؛ ولی توضیح بهتر به این واقعیت ساده مربوط می شود که تلویزیون به خودی خود جذاب است. از نظر جِی، محدودیت برنامه های تلویزیون به دو یا سه شبکه، انتخاب های آن ها را توجیه می کند. نکته مهم، نفسِ تماشای تلویزیون است؛ برنامه ها یا مضامین خاص اهمیت کمتری دارند. هم چنین هر چه اعضای خانواده در نهایت تماشا می کنند همان است که انتظار می رود یا مناسب پنداشته می شود.

وقتی لین درمی یابد که متأهل و بچه دار شاید الگوی مناسبی نباشد و جِی هم می پذیرد، لین از محکوم کردن برنامه می پرهیزد و می گوید:

نمی خوام بگم که بده یا چیزهایی از این قبیل....

برنامه هایی وجود دارند که جِی و لین مخصوصاً می خواهند تماشا کند. جِی می گوید:

بعضی از سریال ها رو واقعاً نمی خوام از دست بدم.

وقتی مصاحبه گر می پرسد کدام یک؟ جِی پاسخ می دهد:

من یکی از طرفداران دو آتشه سفر ستاره ای هستم.

سپس می افزاید که آن ها به طور مرتب مجموعه پرونده های مجهول را می بینند. معلوم می شود که تمام اعضای خانواده از جمله لورا که خردسال ترین است، پرونده های مجهول را می بینند؛ البته تماشای این مجموعه آمیخته با لذتی دلهره آور است. لین با قدری ناراحتی فاش می کند که لورا به پدرش در کالیفرنیا گفته بود که این برنامه را می بیند. جِی می گوید:

این برنامه رو تماشا می کنیم چون به اون علاقه داریم. هر چند ناگهان اتفاقی می افته و به خودم میگم که شاید بهتر بود نمی گذاشتم بچه ها تماشایش کنن.

مصاحبه گر:

چه اتفاقاتی؟

جِی:

اتفاقات ترسناک

مصاحبه گر:

مثلاً هیولاهای ترسناک؟ یا... من آن را نمی بینم، ولی انگار در چند

قسمت از آن هیولاها ظاهر می شوند...

لین:

خب، می دونید مردگان هم ظاهر میشن.

رِی:

آدم های مرده و چیزهایی مثل هیولاهای گوشت خوار...

صرف نظر از نگرانی درباره خشونت هولناک، نکات دیگری هم دربارهٔ معیارهای آشکار یا پنهان برای برنامه ها وجود دارد که آن ها را باید در نظر بگیرند. جِی از تماشای مسابقات کشتی دست کشیده است؛ زیرا گمان می برد که رِی بعد از تماشا از آن ها تقلید می کند. وقتی از رِی به طور مستقیم پرسیده می شود که آیا می داند تماشای تلویزیون برای اش همراه با محدودیت ها و قواعدی است، او پاسخ می دهد که علاقه ای به دیدن فیلم هایی ویدیویی بد ندارد. وقتی مصاحبه گر می پرسد که فیلم ویدیویی بد چگونه است، رِی جواب می دهد:

فیلمی که در آن فحاشی می کنند و چیزهایی مانند آن.

پاسخ او یادآور نظری است که پیش‌تر مطرح کردیم؛ شاید رسانه های موجه فقط آن هایی باشند که بدون معیار مشخص ملایم هستند. هم چنین خانواده میلیکِن یکی از محبوب ترین سریال های تلویزیونی را هم می بینند (برنامه ای که تا اندازه‌ای بحث انگیز هم بوده است): خانواده سیمپسِن؛(۱)

۱- The Simpsons سریال خانوادهٔ سیمپسن، مشهورترین انیمیشن آمریکایی، در سال ۱۹۸۹ از شبکهٔ FOX پخش شد و تا سال ۲۰۰۸ ادامه یافت. خالق این سریال، مت گرونینگ است. ماجراهای این مجموعه، در شهری به نام اسپرینگ فیلد اتفاق می افتد. بیشتر شهروندان اسپرینگ فیلد زردرنگ و با سروشکلی غریب هستند. خانوادهٔ سیمپسن شامل پدر با نام هومر، مادر با نام مارج و سه فرزند خردسال (۲ دختر و یک پسر) هستند که وقایع داستان را رقم می زنند. سریال به نوعی راوی زندگی آمریکایی است. (م.)

مصاحبه گر می پرسد:

بسیار خب، خانواده سیمپسِن... آیا بچه ها هم تماشایش می کنند؟

جِی:

بله اون ها تماشاش می کنن. چون کارتونی است، به اون علاقه دارن.

مصاحبه گر:

نظرتان دربارهٔ آن چیست؟ منظورم همه اعضای خانواده است.

رِی:

گاهی وقت ها تماشاش می کنم.

لین:

البته نه همیشه.

مصاحبه گر:

آیا آن را می پسندید؟

رِی:

بله! خوبه.

مصاحبه گر:[خطاب به لین]

آیا از آن خوشتان می آید؟ دوست دارید تماشایش کنید؟

لین:

مدتی می نشینم و با اون ها تماشا می کنم و اگر چیزی ببینم که نپسندم میگم که بهتره کانال رو عوض کنیم.

مصاحبه گر:

چه چیز باعث می شود که وقتی خانواده سیمپسِن می بینید، کانال را

عوض کنید؟

رِی:

وقتی کلمات زشتی بر زبان میارن و چیزهایی از این قبیل.

جِی:

خب، در واقع اون ها کلمات چندان زشتی نمی گویند....

لین:

نمی دونم، اون ها [جِی و بچه ها] تماشایش می کنند.

رِی:

خانواده ما هم یکی از اون خانواده های ناهنجاره.

لین:

بله! همین طوره.

مصاحبه گر:

خودتان می گویید ناهنجار و می خندید؟

لین:

چون حقیقت داره.

جِی:

ما فکر می کنیم گاهی ناهنجار میشیم!

خانواده میلیکِن هم مانند میلیون ها آمریکایی دیگر به تماشای خانواده سیمپسِن می نشینند، از آن لذت می برند و با شخصیت های اش همدلی می کنند. دیدن این برنامه برای آن ها لذت بخش است و گاهی باعث می شود تا به دیگر روش های معنی سازی در فرهنگ رسانه ها روی بیاورند. با وجود این واقعیت که برنامه مذکور در مدت طولانی نمایش، به ویژه از جانب

محافظه کاران و به اصطلاح طرفداران خانواده، مدام در

معرض انتقاد شدید بوده است، این خانواده از مسیحیان بازمتولد، تقریباً بدون مسئله آن را تماشا می کنند.

انتظارات ما درباره روش ارتباط چنین خانواده هایی با تلویزیون، شاید به موضوع‌ها یا ارزش های مذهبی یا معنوی ای بر گردد که هنگام انتخاب و درک برنامه های تلویزیونی مطرح می شوند. وقتی خانواده میلیکِن را در نظر می گیریم، ممکن است بپرسیم: «هنگام تماشای تلویزیون چه چیزهای مذهبی یا معنوی ای می یابند؟» پاسخ در واقع هیچ است که نکته جالبی را مطرح می کند؛ پس توضیحات آن ها دربارۀ رسانه ها کمتر از آن چه انتظار داریم پیچیده و با توجه به عقایدشان تبیین شده است. شاید بخواهیم برخی از دلایل محتمل برای کم توجهی خانواده میلیکِن به ارزش های مذهبی خود در برخورد با رسانه ها را بررسی کنیم. دیدیم که لین در استنباط شخصی اش از مذهب و ارزش های معنوی، چندان با مرجعیت نهادینه یا شرعی همدل نیست. از سوی دیگر به نظر می آید که جِی نیز چنین موضعی دارد. در چنین موردی یک گفتمان معنوی بر مبنای تلویزیون چگونه می تواند مطرح شود؟ هم چنین، احتمال می دهیم که خانواده میلیکِن، فاقد قطب نمای اخلاقی ای باشند که هدایتشان کند؛ زیرا از مرجعیت کلیسایی فاصله دارند (البته فراموش نکنیم این بدگمانی، یکی از ویژگی های عمومی اوَنجلیست های معاصر است و شاید چنین رویکردی غیرمنتظره نباشد). شاید عامل دیگری هم وجود داشته باشد. به نظر می آید که خانواده میلیکِن چندان تمرکز و تأملی بر رفتارهای رسانه ای خود ندارند. دیدگاه جِی در این مورد که تماشای تلویزیون به هر صورت رفتاری فراگیر و

قابل انتظار است، نوعی کلیشه را تداعی می کند که با عنوان خوره تلویزیون(۱) پیوند خورده است.(۲)

برای بررسی بیشتر این موضوع بیایید سراغ خانواده ای برویم که ظاهراً تفاوت های چشمگیری با خانواده میلیکِن دارند.

خانواده کالاهان

خانواده کالاهان

خانواده کالاهان در حومه یکی از شهرهای بزرگ آمریکا زندگی می کنند.(۳) کارلِ ۴۵ ساله و دینا ۳۷ ساله سه فرزند دارند؛ لیزا و کتی که دوقلو و هشت ساله انـد و بِرِنت که هشت سال دارد. کارل و دینا جمهوری خواه هسـتند و خود را از هر دو جنبه سیاسـی و مـذهبی محافظه کار می داننـد. آن ها به طبقه متوسط آمریکا تعلق دارند، زن و شوهر هر دو صاحب درآمد هسـتند، گرچه دینا نیمه وقت به صورت پرسـتار سفارشـی کار می کند. آن ها بی تمایل نیسـتند که خود را اوَنجلیست بازمتولد بدانند، گرچه از مسلک کلیسای مشایخی به کلیسای باپتیست گراییده اند. کارل اشاره می کند:

ما می خواهیم به کلیسای باپتیست وارد بشیم، هر چند شاید از نظر اهمیت مذهبی در مرتبه دوم قرار داشته باشه.

از نظر آن هـا کلیسـا محیـط اصـلی برای حضور اجتمـاعی است. گرچه دینا عضو گروه نیایش مادران در کلیسا نیز هست و هر دوی آن ها

۱- couch potato

۲- دربـارهٔ بحث پیرامون این سـبک از مشاهـده و نقـد آن نگاه کنیـد به : Joseph G. Champ's in Hoover et al. (۲۰۰۴); Chapter ۹

۳- مصاحبه با خانواده کالاهان به وسیله لی هود انجام شده است.

داوطلبانه عضو هیئت مدیره استخر محلی شده اند. کارل گذشته اعتقادی خود را به صورت گذر از مرحله غیرمذهبی به مذهبی توصیف می کند؛ البته مانند بسیاری از اوَنجلیکال ها به ذکر گذشته ای می پردازد که از کلیسا آغاز شده است، سپس در دوران کالج ایمانش تضعیف گشته و پس از تماس با سازمان زندگی جوان، بازمتولد شده است. دینا می گوید که اعتقاداتش در دوران زندگی چندان تغییر نکرده است. آن ها نسبت به خانواده میلیکِن، اعتقادات خویش و رابطه این اعتقادات با فعالیت های اجتماعی را فصیح تر و آشکارتر بیان می کنند. در زمینه ارتباط عقاید با رسانه، آن ها می گویند که باورهای شان تا حدی گرایش به گفتمان اجتماعی و سیاسی را شکل داده است و بدین ترتیب رسانه ها را بیشتر در حکم زمینه می بینند تا فهرست نمادین.

در واقع بخش عمده سخنان آن ها درباره رسانه ها، مربوط به چنین ارزش ها و موضوعات سیاسی ای می شود که تحت تأثیر مذهب قرار دارند. کارل هنگام اظهارنظری که تلفیق آگاهانه ای از بیان تضاد رسانه ها با ارزش ها و انتقادی از برنامه های اخبار محلی است، می گوید:

ما معمولاً اخبار محلی رو تماشا می کنیم. فکر می کنم تهیه کنندگان این برنامه ها بیشتر دوست دارن اون ها رو جنجالی کنن تا جذاب تر به نظر برسن. به گمانم اون ها بیشتر به فکر بالابردن آمار مخاطبان هستن تا گردآوری مطالب ارزشمند؛ بنابراین محتوای برنامه هاشون بیشتر در جهت افزایش تعداد مخاطبان و سرگرمی و در تضاد با ارائهٔ اخبار و اطلاعات ارزشمنده. برای نمونه فکر می کنم دست اندرکاران برنامه تحریم دیزنی بیشتر چنین چیزهایی رو می پسندن؛ چون مطالب مذهبی رو به شکل جنجالی و کلیشه ای مطرح می کنن و از افراد مذهبی، تصویر منفی نمایش میدن.

نظرات کـارل درباره ارزش های رسانه ای معطوف به پرسـش هایی است که بیشتر سیاسـی شـمرده می شونـد تا مـذهبی. وقتی دربـاره موقعیت هایی می پرسیم که طی آن ها با فرزنـدانشان درباره محتوای رسانه ها صـحبت می کننـد، کارل و دینا به ذکر نمونه هایی می پردازند که بحث های کنونی دربارۀ سیاست های مذهبی را بازتاب می دهد.

کارل:

به نظرم اگر موضوعی از نظر سیاسی جهت گیری درستی داشته باشه، اون رو بحث و تفسیر می کنیم.

مصاحبه گر:

منظورتان از جهت گیری درست سیاسی چیست؟

کارل:

خب، الان گرایش ها و عقاید سیاسـی فراوونی وجود داره که در موقعیت های عادی زندگی، نامعموله. دربارۀ این موارد زیاد بحث و تفسیر نمی کنیم.

دینا:

برای نمونه بچه هـا قبلاً ـ برنامه تلویزیونی موسوم به معماخانه(۱) رو می دیـدن. این برنامه به شـدت چنـدقطبیه و من به خیلی از موضوعاتی که در اون مطرح میشه اعتقاد نـدارم. بیشتر درباره چنین موضوعاتی صـحبت می کنم و توضـیح می دهم که چرا با ارزش ها و اعتقادات ما سازگار نیستن.

کارل:

به نظر من این برنامه پر از زبان بازی، غیرواقعی و نسبی گراست.

---

۱ ـ The Puzzle Place سریالی که در حد فاصل سال های ۱۹۹۴ تا ۱۹۹۸ در آمریکا (۷۵ قسمت ۳۰ دقیقه ای) به کارگردانی راب استُرک پخش شد. نقش آفرینان اثر مجموعه ای از عروسک های خیمه شب بازی با فرهنگی متفاوت بودند. (م.)

دینا:

هم‌چنین به ساختارهای خانوادگی، پدر و مادر و تفاوت های مذهبی می پردازه.... ویشبُن هم چنین حالتی داره. من از موضوعات ویشبُن و موجودات کرَت(۱) خیلی با بچه ها صحبت کرده ام. موضوع بوم شناسی در موجودات کرَت به نجات کره زمین مربوط میشه، ولی شیوه ارائه به گونه ایه که بچه ها نسبت به حیوانات دچار سوءتفاهم میشن. این فلسفه سازندگان برنامه است، نه اون چیزی که من باور دارم. منظورم اینه که دربارهٔ همه این ها صحبت خواهم کرد؛ البته نمیگم که بچه ها نباید این برنامه رو ببینن، نکته های خوبی در اون هست، ولی من با شیوه کارشان موافق نیستم. در ویشبُن نیز همین حالت رو به نوع دیگری می بینیم: والدین طلاق گرفته اند و بچه با مادرشون زندگی می کنن. اون ها همیشه این سبک های مختلف زندگی رو نشون میدن، انگار که زندگی این طوریه ولی من می خوام بچه ها بدونن که این لزوماً بهترین روش زندگی نیست. به همین خاطر درباره این موضوعات صحبت می کنیم.

دینا و کارل به طور مشخص به برنامه هایی که موضوعات خانواده و ارزش های اجتماعی را منعکس می سازند، حساسیت خاصی دارند. گویی آنان رسانه ها را به منزله کانون کشمکش بین ارزش های خود و اُمانیسم سکولار در فرهنگ اجتماعی می بینند. از نظر آن ها گوناگونی و تکثر، ارزش هایی منفی هستند که باز هم گفتمان هایی درباره ارزش در قلمروی اجتماعی را بازتاب می دهند. دینا می گوید:

۱- Kratt's Creatures مجموعه ای که در سال ۱۹۹۵ در آمریکا نمایش یافت. خالقان اثر کریس و مارتین کرات بودند که هر هفته به دنبال حیوانات متفاوت برای کشف عادات و نحوهٔ زندگی متفاوتشان بودند. از جمله شخصیت های دیگر این مجموعه یک دایناسور انیمیشنی بود. این اثر در ۵۰ قسمت ۳۰ دقیقه ای پخش شد. (م.)

اون ها انواع و اقسام آدم ها و روابط رو نشون میدن؛ برای نمونه دختر یهودی و پسر سیاه پوست آمریکایی، سرخ پوست، دختر مکزیکی... و غیره. منظورم اینه که انواع فرهنگ های نژادی حضور دارن. قبول دارم که باید دیگران رو بپذیریم ولی روش این کار به صورتی که نشون داده میشه برایم قابل قبول نیست.

خانواده کالاهان می دانند که پیام حمایت از تنوع ارتباط بین نژادها و دیدگاه آزاد در این برنامه تلویزیونی در جهت بازنمایی و ترویج چنین تنوعی ارائه می شود و والدین با این پیام ها و نیات سر سازگاری ندارند. دینا می گوید:

وقتی بچه فقط سه سالشه، چرا باید چنین چیزهایی رو ببینه؟

خانواده کالاهان نیز مانند میلیکِن ها به خوبی از وجود تلویزیون مذهبی آگاهند و دینا می گوید که بخشی از برنامه های شبکه مسیحی محلی را می بینند. به نظر نمی رسد که وی علاقه چندانی به این شبکه داشته باشد و کارل نیز با او هم سلیقه است. وی می گوید که برنامه های این شبکه آثاری کلیشه ای و تصنعی در مایه های تله وَنجلیسم هستند. وی ادامه می دهد:

به نظر من خیلی از موعظه هایی که در این برنامه ها انجام میشه پیش پا افتاده و سطحیه. میخوان بگَن اگه شما واقعاً با خداوند گام بردارید، او هم به شما حال میده و چیزهایی از این دست. موضوع اصلاً این نیست. این نوع پیام ها به نظرم بسیار سطحی و عامیانه میرسه. فکر می کنم اصالتی ندارن.

کارل پاسخ جالبی به پرسش درباره فیلم های مورد علاقه اش می دهد، فیلم هایی که مشتمل بر ارزش های بسیار سنتی آمریکایی هستند، از

جمله زندگی شگفتی انگیزی است(۱) و فیلم های وودی آلِن. سپس به سرعت خاطر نشان می کند که فیلم های اولیه وودی آلن بیشتر در ذهنش مانده اند، آن هایی که به پرسش های مهم می پردازند و اگزیستانسیالیسم تلخ تری را بازنمایی می کنند. او نیز مانند خیلی های دیگر معتقد است که شخصیت جِیمز استیوارت در فیلم زندگی شگفت انگیزی است، نشان‌دهنده ارزش های مثبت و آمریکایی از جمله شخصیت مداری و انعطاف پذیری است. هم‌چنین این فیلم را به خاطر پایان خوشش دوست دارد. کارل ادعا می کند که چندان علاقه ای به تلویزیون ندارد یا صرف نظر از برنامه های ورزشی به طور منظم آن را نمی بیند. او به سرعت می افزاید که نظراتش دربارهٔ تلویزیون ناشی از تماشای آگهی ها و تیزرهای تجاری است که هنگام پخش برنامه های ورزشی می بیند. ارزیابی وی از بیشتر برنامه های تلویزیون چیست؟ کارل نیز با بسیاری از مردم هم عقیده است که برنامه های تلویزیونیِ خوب، ملایمند و بیننده را آزار نمی دهند، ولی محصولات فعلی به طور کل به سوی جنسیت و تحریک بیننده جهت گیری شده اند. وی می گوید:

برنامه ها و تبلیغات تلویزیونی بیشتر وجه غریزی مرا تحریک می کنن، در تضاد با وجهی که می خواد آگاهی و اعتلا پیدا کنه.

از دیدگاه وی تمام این برنامه ها رگه ای از جنسیت یا خشونت دارند. هم‌چنین کارل نوعی بی اعتمادی نسبت به حالتی ابراز می کند که آن را تجربه بصری با رسانه هایی چون تلویزیون و فیلم (و احتمالاً اینترنت و

۱- It's a Wonderful Life فیلمی ساختهٔ فرانک کاپرا. با بازی جیمز استیوارت. محصول ۱۹۴۶ آمریکا. فیلم به مانند دیگر آثار کاپرا حاوی مضمونی در ستایش انسانیت است. (م.)

وب جهانی) می نامد. وی اشاره می کند که نقش اصلیِ رسانه های بصری باید ایجاد سرگرمی باشد و ادامه می دهد:

هم چنین رسانه های بصری درک و اطلاعات ما درباره جهان رو شکل میدن. اون ها استنباط ما از موضوعات جهانی رو پی می ریزند و به ما کمک می کنن تا دربارهٔ امور جهان بیندیشیم. وقتی به تماشای تلویزیون می پردازید یا سینما میرید، شروع به فکر کردن می کنید و ارزش های خود رو می سنجید. این حالت، سرگرم کننده نیز هست؛ چون می تونید صحبت کنید و افکارتون رو با دیگرون در میان بگذارید. [وی تفاسیر خود را به حوزه موسیقی و رایانه می برد] فکر می کنم موسیقی واقعاً می تونه با روح انسان سخن بِگه. برای من آثار تصویری و رسانه های بصری تا این اندازه تأثیرگذار نیستن... ولی موسیقی واقعاً می تونه به روح آرامش بده، می تونه روح رو اعتلا ببخشه یا آدم رو غمگین کنه. رایانه ها نیز قدری با رسانه های بصری متفاوتند. اون ها باید به ما آموزش و آگاهی بِدن و در عین حال سرگرممون کنن و حتی کارهایی چون گردآوری کتاب یا نامه نگاری رو آسون تر کنن.

البته خانواده کالاهان تلویزیون تماشا می کنند. کتی و لیزا اطلاعات گسترده ای دربارهٔ برنامه های روزانه و آخر هفته تلویزیون دارند، ولی جزییات بیشتری درباره برنامه های مورد علاقه شان نمی گویند. در صحبت ها و پاسخ های آن ها اسم برنامه های ممنوعه ای چون بیویس و باتهد(۱) و رِن و استیمپی(۲) مطرح می شوند. هر کدام از آن ها در

۱- Beavis and Butthead سریال انیمیشن/کمدی شبکهٔ MTV که از سال ۱۹۹۳ تا ۱۹۹۷ در آمریکا پخش شد. این سریال در ۱۹۹ قسمت ۱۲ دقیقه ای پخش گردید. اثر دربارهٔ دو نوجوان علاقه مند به موسیقی هوی متال بود که دست به کارهای احمقانه می زدند. این دو فراری از درس و مدرسه و عاشق مرور ویدیو کلیپ ها و تماشای تلویزیون بودند (م.)

۲- Ren and Stimpy سریالی انیمیشن/کمدی که بین سال های ۱۹۹۱ تا ۱۹۹۶ پخش گردید. شخصیت های انیمیشن نوعی سگِ (chihuahua) بسیار فعال و یک گربهٔ لاابالی بی مغز بودند که تجارب کثیف و تنفربرانگیز یکدیگر را با هم در میان می گذاشتند. این سریال در ۵۲ قسمت ۳۰ دقیقه ای نمایش یافت. (م.)

مصاحبه های جداگانه به طیف گسترده ای از برنامه های کودکان اشاره می کنند. حتی کتی می گوید که هنگام دیدار با دوستانش برنامه های ممنوعه را تماشا کرده است.

به نظر می آید که برای کالاهان ها تماشای تلویزیون به صورت خانوادگی مهم باشد و خودشان می گویند که هر وقت بتوانند دور هم جمع می شوند و برنامه ها را می بینند؛ پس افکار آن ها نیز مانند بیشتر خانواده هایی که با آنان مصاحبه کردیم، به این موضوع برمی گردد که چه آثاری برای بچه ها بهتر هستند، چه الگوهایی مناسب ترند و محتوای کدام برنامه ها با افکار خانواده سازگارتر است. کارل می گوید:

از نظر من این موضوع در نهایت به انتخاب کیفیت سرگرمی مربوط میشه. فکر نمی کنم ممنوعیت های اون چنانی داشته باشیم. ما فقط چیزای دیگه ای رو ترجیح میدیم. برای نمونه من و دینا قبلاً مجموعه ER رو تماشا می کردیم. شاید با شروع فصل جدیدِ پخشِ این برنامه بازم به تماشایش بشینیم. این واقعاً تنها برنامه تلویزیونی ایه که به خصوص می خواهیم ببینیم. در بقیه موارد چندان سر و کاری با تلویزیون نداریم. من از تماشای برنامه های ورزشی هنگام تعطیلات آخر هفته لذت می برم، به خصوص حالا که فصل جدید مسابقات فوتبال شروع شده ولی بازم میگم که تماشای تلویزیون برای ما همراه با ممنوعیت آثار سرگرم کننده نیست؛ البته با برنامه هایی که جملات رکیک، صحنه های جنسی و خشن دارن، مخالفیم. فکر نمی کنم حتی چیزی دربارهٔ این جور برنامه ها بدونیم.

دینا:

نه، فکر می کنم قانون ما اینه که برنامه تلویزیون باید آموزنده و ارزشـمند یا بامزه باشه. به همین خاطره که کارتون های صـبح شنبه رو تماشـا نمی کنیم، چون به نـدرت چیز ارزشـمند یا آموزنـده ای در اون ها وجود داره. در واقع برام مهم نیسـتن. همون طور که فیلم هـای خنـده دار احمقونه رو نمی پسـندم. خیلی از اون هـا فقط کمـدی های اسـلَپ اِستیک (بزن و بکوب) ابلهونه هسـتن. بسـیاری از برنامه های PBS درس هـای اخلاقی خوبی ارائه میـدن یا درباره مطالعه انـد؛ بنابراین من ترجِیـح میـدم که وقتمون رو صرف تماشای آثار ارزشمند کنیم. قانون اصلی اینه که زمان تماشای تلویزیون باید محدود باشه. من سعی دارم که اون رو در حـد یـک سـاعت در روز نگه دارم؛ البته گـاهی وقت ها بیشتر طول میکشه. مسـیر راهنمای کلی من همینه. ما بیشتر وقتمون رو صـرف تماشای فیلم های ویـدیویی می کنیم تا تلویزیون. وقتی بچه ها به خونـۀ دوسـتاشون میرن خودشون تصـمیم میگیرن که چه برنامه ای رو تماشا کنن. ولی در خونه می دونم که قراره در تلویزیون چی ببینیم.

در این جا تضاد جالبی دیـده می شود که در بسـیاری از خانواده های دیگر هم وجود دارد. از یک طرف خانواده کالاهان می خواهند توصـیف رسانه ها در خانه شان مستقیماً با کیفیت و ارزش های آثار رسانه اِی خوب و رفتار تماشاگرانه مناسب مرتبط باشـد. در عین حال گزینش های خاص آنان چنـدان تفاوتی با خانواده های دیگر نـدارد. رفتار مناسب بیننده تلویزیون همراه با آگاهی و تمرکز است و محتوای مناسب چیزی است که بر جنسـیت و خشونت تأکیـد نکنـد. از سوی دیگر آن ها به شـدت از این که سانسورچی تصور شوند، پرهیز دارند. کارل می گوید:

ما می خواهیم که بچه ها زنـد گی رو به صورت مجموعه ای از انتخاب های ممکن ببیننـد و این که برخی از انتخاب ها مفیدتر از بقیه اند.

به گمان وی این نوع رفتار برای هدایت مردم مناسب تر از آن است

که مجابشـان کنیم که چه انجـام دهنـد و چه انجام ندهنـد. به نظر می آیـد آن ها می خواهنـد به بچه های شان اعتماد کننـد تا دست به انتخاب های مناسبی بزننـد، از جمله انتخاب هایی که پدر و مادر هنگام تماشای تلویزیون برای آن ها انجام می دهند. دینـا ماننـد بسیاری دیگر از اعضـای خـانواده هایی که با آنان مصاحبه کردیم معتقـد است که برنامه های قـدیمی تر تلویزیون نسبت به برنامه های کنونی کم ضـررتر بودنـد. شـبکه کابلی نیکل اُدیون مجموعه ای از این نوع برنامه ها ارائه می دهد و دینا می گویـد بخش عمـده برنامه هایی که اعضای خانواده تماشا می کنند، جزو محصولات همین شـبکه است. وی نمونه هایی از چنین آثاری را که اعضای خانواده در کنار هم می بیننـد، فهرست بندی می کند که شامل مجموعه های دیک ون دایک(۱) و مری تایلر مور(۲) است و اکنون دوباره پخش می شونـد. برخی از انتخاب های آن ها از جمله پخش مجـدد مجموعـهٔ تاکسـی جزو آثاری هسـتند که می خواهند از آن ها پرهیز کنند؛ زیرا در زمانی که برای اولین بار پخش شدند نژادپرسـتانه به شمار می رفتند.

وقتی درباره برنامه های با محتوا، مضامین یا پی رنگ های مذهبی از

۱- Dick Van Dyke.۷ مجموعه شویی کمـدی/خانوادگی که بین سال های ۱۹۶۱ تا ۱۹۶۶ در ۱۵۸ قسمت ۳۰ دقیقه ای، در آمریکا پخش شد که در آن شخصـیت های محوری (زن و شوهری به همراه پسـرشان) جملگی نویسندگان و برنامه سازان تلویزیون بودند. (م.)

۲- Mary Tyler Moore سـریال کمدی آمریکایی که از سال ۱۹۷۰ تا ۱۹۷۷ از شبکهٔ CBS پخش شد. این سریال یکی از محبوب ترین شوهای تاریخ تلویزیون آمریکا و مقبول ترین سریال ها از نظر منتقدان بود. (م.)

جمله مجموعه نظرکردهٔ فرشته یا آسمان هفتم(۱) می پرسیم، کارل پاسخ می دهد:

هر چند وقت یک بار اون ها رو می بینیم، می خواهید درباره نظرکردهٔ فرشته صحبت کنیم؟

دینا:

بله و بعد آسمان هفتم. من اون رو یک بار دیدم ولی ما به جست وجوی چنین برنامه هایی نمی پردازیم و چندان هم تماشاشون نمی کنیم.

ولی بعد کارل ادامه می دهد:

تنها برنامه هایی که در پنج سال اخیر آگاهانه تماشاشون کردیم ER است. مسئله مهمِ برنامه زمانیِ پخش تلویزیونی به این واقعیت برمی گرده که تلویزیون ــ واقعیت نوعی سرگرمی کم اهمیته. به جز برنامه های ورزشی آخر هفته و تماشای فیلم های ویدیویی، چیز خاصی در تلویزیون نمی بینیم.

جالب است که کارل و دینا به چنین برنامه ای اهمیت می دهند. توضیح آن ها دربارهٔ علاقه به ER و چگونگی تماشای برنامه جالب است. دینا می گوید:

من اون رو تماشا نمی کردم تا این که عده ای از دوستانمون که واقعاً براشون احترام قائلم به من گفتن که از تماشای این مجموعه لذت می برن.

وقتی مصاحبه گر از او می پرسد آیا آنان جزو همکارانش در بیمارستان بودند، دینا پاسخ می دهد:

خب بیشتر اون ها از اعضای خانواده و نزدیکانم بودن که توصیه کردن اون رو ببینم. هنگامی که درباره سریال صحبت می کردن، علاقه مند شدم که

۱- vth Heaven سریالی که از سال ۱۹۹۶ تا ۲۰۰۷ در ژانر درام خانوادگی پخش شد. سریالی هفتگی دربارهٔ یک پدر و مادر و هفت فرزندشان که وقایع زندگی آن ها در ارتباط با یکدیگر و دیگران را دنبال می کند. (م.)

اون رو تماشا کنم.

معلوم می شود که از نظر دینـا و کارل، ER متفاوت با برنامه های دیگری است که به اتفاق بچه های شان می بیننـد، چنان که انگـار برای آن هـا نوعی اعتبـار اجتمـاعی و فردی در پی دارد. آن ها این برنامه را به اتفاق هم می بیننـد و با شخصـیت هایش احساس همـدلی می کنند. آن ها تماشای مجموعه را به دلیل توصـیه های خانواده و دوسـتان آغاز کردند. تأثیر ER برای شان لـذت بخش و قـانع کننـده است و جزو برنـامه هـایی است که در رده آثـار احساسـاتی یا ملایم رده بنـدی می شود. این برنامه نوعی تجربه فراگیر از فرهنگ آمریکایی سـکولار را نمود می دهد، تجربه ای همراه با ارزش های انسانی سـکولار که خانواده کالاهـان مـورد انتقـاد قرار می دهنـد. از جنبه ای، ارزشـمندترین تجربه تلویزیونی خـانواده کالاهـان آن هـا را به بطن فرهنگی سکولار و نه مـذهبی یا فرقه ای می برد. آن ها علاقه ای ندارند که ER را بر مبنای ارزش های مـذهبی نقد کنند. در عوض با خشـنودی سـریال را می بیننـد و می توان اسـتدلال کرد که به روشـی نسـبتاً بنیادین در تجربه ای فرهنگی، آمریکایی و عمومی شرکت می جوینـد. آن هـا از این نظر چنـدان تفـاوتی بـا خـانواده میلیکِن ندارنـد و برای مشـارکت در تجربه فرهنگیِ تماشای تلویزیون همانند همسایه های غیر بازمتولد خود عمل می کنند.

خانواده آلبرت

خانواده آلبرت

سومین خانواده، آلبرت ها(۱) تضادی جالب با خانواده های میلیکِن و

۱- مصاحبه با خانواده آلبرت را، لی هود انجام داده است.

کالاهـان دارنـد و می توان آن هـا را بـا هم مقـایسه کرد. از توضـیحات خـانواده آلبرت برمی آیـد که بیش از دیگران تماشای تلویزیون را برای بچه هایشـان محـدود می کننـد؛(۱) البته پـدر و مـادر قبـول دارنـد که نقش آن هـا دیکته کردن گزینه هـای اخلاقی به فرزنـدان نیست، بلکه می خواهنـد ابزارهایی در اختیار آن ها قرار دهنـد که خودشان بتواننـد دست به انتخاب بزنند. ریچِل آلبرت هم‌چون دیگر مـادران، تضـادی بنیـادین میـان رسانه ها و ارزش های مسـیحی می بینـد. او و شوهرش تِری مانند خـانواده کالاهـان، این نکته را اساساً با ارجاع به ارزش های اخلاقی سیاسـی هم‌چون تنوع قومی و خودآگاهی محیطی مطرح می سازند. آن ها نیز مانند دیگران برنامه های قابل قبول را شناسایی کردند که هم‌چون آثار مورد علاقه کالاهان ها احساساتی یـا ملا‌یم است؛ ولی برخلاف میلیکِن، مجموعه خـانواده سـیمپسِن را برنـامه ای غیر قابـل قبول می داننـد. در بین برنـامه هـای احساساتی و ملایمی که می پسندند می توان به پیشرفت خانواده(۲) و آسمان هفتم اشاره کرد که آن ها را به شکل خانوادگی و منظم تماشا می کننـد. هم چنین ماننـد خانواده های دیگر، خانواده آلبرت دیـدگاهی را بیان می کننـد که مـذهب اکتسابی و سنتی را به نقد می کشد، آنان حتی تردید دارند که چنین گرایش های مذهبی‌ای داشته باشند؛ البته آشکارا

۱- تنهـا دسـتگاه تلویزیونی موجود در خانواده آلبرت ها در اتاق خواب والـدین قرار دارد. از این وسـیله برای نظارت بر فضای خانه استفاده می شود.

۲- Home Improvement مجموعه ای تلویزیونی در ژانر کمـدی/خـانوادگی که در بین سـال های ۱۹۹۱ تا ۱۹۹۹ در ۲۰۴ قسمت ۳۰ دقیقه ای نمـایش داده شـد. موضوع سـریال تجربیات و آزمایش های مردی به نام تیم تیلور (میزبان یک شوی تلویزیونی) بود که با همراهی همسری سلطه جو، سه پسر موذی و شرور و یک همسایه نابغه حاصل می شد. (م.)

و با غرور اعلام می کننـد که جزو مسـیحیان بازمتولـد هسـتند. از نظر خانواده آلبرت نیز هم‌چون دیگران، تأکید بر تکاملِ خودِ مـذهبی باعث می شود تا از مرجعیت مـذهبی جدا بمانند و آن را با سوءظن بنگرند. به نظر تِری در چنین موقعیتی، وی از جنبه اخلاقی شخصاً دست به انتخاب می زند و خودش مسیر معنوی را طی می کند.

هر چه پیش تر میرم... بیشتر بـا مسـیح گـام برمی دارم و بیش از پیش مـذهب رو می شـناسم... خب، این موقعیت بـاعث رشـد انسـان میشه و فکر می کنم ممنوعیت های (تابوهای) فراوانی وجود داره که کلیسای مسـیح اون ها رو ذکر می کنه و جامعه ما رو فرا می گیره ولی فکر نمی کنم تا این انـدازه که مرجعیت مسـیحی اعلام می کنه مهم و اساساً برای ما مضـرر باشن. منظورم اینه که مثلاً وقتی من و بچه ها مجموعه خلیج داوسن(۱) رو می بینیم، می تونم بگم که اون ها ارتباط دارن. ارتباط خوبه ولی دربـاره هجـده سـاله هـای مجرد چنین نظری نـدارم، به هر حـال مناسب نیست. پس این موضوعات رو بیشتر به عنوان ابزارهای آموزشـی در نظر می گیرم. به علاـوه می خوام به اون هـا کمـک کنم تـا بفهمن زنـد گی چیه؛ چون ممکنه دچـار اشـتباه بشن. ممکنه دخـتران من بیرون برن و بـدون اون که ازدواج کنن بـاردار بشن، نمی خـوام اون هـا رو از خونه بیرون کنم یـا دست به اعمال مشابهی بزنم.

این نکته درباره تِری و رِیچِل اهمیت دارد که از نظر نگرش به رسانه ها نمی خواهنـد اخلاق گرا و سانسورچی به شـمار آینـد. به گمان آن ها چنین رویکردی در چهارچوبِ آن مذهبی انجام می شود که

---

۱ - Dawson's Creek.۴ مجموعه ای تلویزیونی به کارگردانی کوین ویلیامسِن (سازندهٔ سـریال نخل های پنهان)، که حد فاصل سال های ۱۹۹۸ تا ۲۰۰۳ ساخته و پخش شد. اثر به زندگی چهار نوجوان می پردازد که چگونه دوران بلوغ خود را طی می کننـد. معروف ترین بـازیگر سـریال کیـتی هولمز (همسـر کنونی تـام کروز) بود. این سـریال در ۱۲۸ قسمت ۶۰ دقیقه ای ساخته و پخش گردید. (م.)

می خواهند از آن فراتر بروند و آن را پشت سر بگذارند. مذاهب، اخلاق گرا هستند و از نظر خانواده آلبرت، ممنوعیت های مذهبِ سنتی روز به روز کم اعتبارتر می شود. آن ها می خواهند دسترسی فرزندان خود به برخی از چیزها را کنترل کنند، ولی آن را در ایجاد نگرش فرزندان تعیین کننده نمی دانند. به ویژه تِری نگران است که چنین رویکردی مزورانه شمرده شود یا واقعاً باشد. نکته جالب آن که یکی از برنامه هایی که به صورت خانوادگی تماشا می کنند، عملاً کشمکش های بین سخت گیری های مذهب سنتی و آن چه را که به نظرشان ایمان اصیل می رسد، تشریح می کند. مجموعه آسمان هفتم در اساس به نظر رِیچِل بسیار موعظه گر است:

بله اون ها کشیش سنتی، زنش، فرزندان و روش زندگیشون رو به تصویر می کشن. این درست همون نوع برخورد قضاوت گرانه است که من از اون رویگردانم. نمی خوام چنین حالتی تبدیل به برچسبی برای مسیحیت بشه. این موضوع به احساسات قوی من علیه چیزی برمی گرده که اون رو کلیسا گرایی می نامم.

وقتی صحبت به انواع رسانه هایی می کشد که تِری و ریچل آلبرت از نظر معنوی و اخلاقی معتبر می دانند، آن ها نه به رسانه های مسیحی یا مذهبی بلکه به رسانه های سکولار اشاره می کنند. از سوی دیگر به نظر تِری فیلم سینمایی شجاع دل(۱) حتی برای فرزند هشت ساله اش فیلم بسیار مناسب و قابل قبولی است. گرچه او و ریچل از خشنونت افراطی

۱- Braveheart.۵ فیلم مشهور و ستایش شدهٔ مل گیبسن دربارهٔ زندگی یک آزادی خواه اسکاتلندی به نام ویلیام والاس که علیه استعمار انگلستان می شورد. فیلم دارای صحنه های خشونت بار زیادی است. محصول ۱۹۹۵ آمریکا. (م.)

در برنامه های سرگرم کننده انتقاد می کنند، [ولی از نظر آن ها] خشونت در شجاع دل قابل پذیرش است؛ زیرا چیزهایی را نشان می دهد که در حقیقت اتفاق افتاده است. هم‌چنین برنامه هایی که ریچل و تِری به اتفاق یکدیگر و بچه ها انتخاب و تماشا می کنند، جالب و مهم است. از نظر ریچل، رسانه های علمی ــ تخیلی آثاری قدرتمند، حتی از جنبه های معنوی ارائه می دهند. اعضای خانواده به طور مرتب مجموعه پرونده های مجهول را می بینند. ریِچل می گوید:

خب ما عملاً ـ برنامه های تلویزیون رو می بینیم... یکشنبه شب ها من و تِری مجموعه پرونده های مجهول رو تماشا می کنیم. البته این کار بسیار حساب شده است چون هنگام تماشای این برنامه قراره بچه ها خواب باشن (می خندد) و این وضعیت جدیدیه. ما قبل از این پس از اون که بچه ها می خوابیدن، مجموعه سفر ستاره ای رو هم تماشا می کردیم؛ ولی الان علاقه چندانی به دیدنش نداریم.

از نظر ریِچل سفر ستاره ای سریال مشخصاً معنا گرایی بوده است. گرچه وی ارزش های مذهبی و غیره در فیلم را لیبرال می نامد. در عین حال این برنامه برای او معنوی است:

چون فکر می کنم وقتی نیروهای برتر، وجودهای برتر و چیزهایی از این قبیل رو نشون میدید، رگه ای از معنویت هم در اون دیده میشه.

این موضوع دربارهٔ پرونده های مجهول هم صدق می کند، ولی ریِچل در هنگام تشریح این مجموعه، تنها به نسبت دادن کیفیات شبه مذهبی به برنامه اکتفا نمی کند، بلکه به نوعی با علاقه خود نسبت به برنامه کلنجار می رود، گویی چیزی در آن است که ریِچل در برابر آن مقاومت می کند. او در برابر وسوسه جذابیت این برنامه مقاومت می کند ولی

نمی تواند آن را درست شرح دهد:

بله پرونـده هـای مجهـول یکی دیگر از اون برنـامه هـای مـذهبیه. می تـونه به طـور کامـل نظر مردم رو جلب کنه، ولی نظر من دربـاره اون چیز دیگه ایه. اون هـا می گوینـد این هـا حقیقته. خب، کـدام حقیقت؟ در ظاهر، برنامه همه عوالم رو نشون میـده: آخرت، دنیـا و اکنـون؛ ولی من نمی تـونم مطمئن بـاشم که چنین است. میشه تصور کرد که معنوی است یـا شایـد هم علمی و تخیلی باشه. نمی دونم، من واقعاً برنامه هایی رو که بر اساس این فرضیات پیش برن، تماشا نمی کنم.

بنابراین خانواده آلبرت هم ماننـد دیگران، مرزی مشـخص بین رسانه های مـذهبی و سـکولار ترسـیم نمی کنند. آن ها از بیشتر جهات در منطقه رسانه های سـکولار زندگی می کنند و از آن ها جدا نیستند. تری و ریچِل آشکارا دریافته اند که نقششان در مقام پـدر یا مادر ایجاد ممنوعیت برای بچه ها و پرهیز از تأثیر فرهنگ سـکولار، اُمانیستی و کفرآمیز نیست، بلکه بایـد با چنین فرهنگی کنـار بیاینـد. آن هـا سـرمایه مهمِ نمـادین، فرهنگی و حتی مـذهبی خویش را در چهـارچوب آن یافته انـد و نسـبت به خـانواده های دیگر نقاط اشتراک بیشتری را نمود می دهنـد. آثاری که آن ها در قلمروی رسانه ها انتخاب می کننـد (توضـیح دربارهٔ رسانه ها که به واسـطه آن رابطه خود را با رسانه ها توصـیف می کنند، شـیوه استفاده از برنامه ها و تلاش برای آموزش فرزنـدان و معـانی ای که از محتوای رسـانه ها برمی گیرنـد) همگی شاخص های مهمی از سازش با دنیایی محسوب می شوند که در آن به سر می برند. این زمینه ها یعنی ایمان آن ها، نمادهای مذهبی، داعیه ها و سنت ها از یک

سو و نمادهـا، داعیه ها و سـنت هایی که در فرهنگ گسترده تر اجتماعی و رسانه ها وجود دارد از سوی دیگر، همگی بر انواع خاصـی از همـدلی، کنش و وفـاداری تأکیـد می ورزنـد. هر یک از این ها، نقاط بارز و مخاطرات خاص خود را دارنـد. به هر حـال نکته مهم این است که می توان دیـد قلمروی رسـانه ها از نظر فراهم آوردن شاخص ها برای زمینه های دیگر و هم چنین در ارائه روش هایی برای سـیر در آن[شاخص]ها هم فعال است و هم از جهاتی حکم پایگاه خانگی را دارد که تمام این فرمان ها از آن جا صادر می شود.

می توانیم ببینیم که بخش عمـده چیزهایی که انتظار داشتیم نزد خانواده های رده بازمتولـد ها بیابیم، قدری نادرست به نظر می رسـد. هم‌چنین هر یـک از خـانواده هـایی که در این جا و فصل های پیش دیـدیم، برخی از نمونه های بنیادینِ توضـیح دربارهٔ رسانه ها را تأیید می کنند، همان نکته ای که فرهنگ گسترده تر جامعه نیز قبول دارد. از جنبه وظایف پدر و مادری این انتظار وجود دارد که رابطه پـدر و مـادر بـا فرزنـدان همراه بـا نوعی آموزش رسانه ای برای بچه ها باشـد. برخی از رسانه ها خوب و برخی دیگر بد هسـتند. این خانواده های بازمتولد قبول دارند که آموزش و روشـنگری، ارزش های مهمی در رسانه ها هسـتند (کارل کالاهان تا جایی پیش می رود که می گوید سرگرمی نیز برای رسانه های بصری یا صفحه ای نیز ارزشی مثبت به شمار می‌آیـد). از سوی دیگر گرچه آن هـا بـا وجهی از چشم انـداز مـذهبی آمریکایی همـدلی می کننـد که بیشتر محافظه کارانه و اخلاق گرا شمرده می شود، همگی با این کلیشه مبارزه می کنند و درمی یابند که داوری ها و رفتارهای آنان

نسبت به رسانه ها بیشتر به عنوان محل استقرارشان در چنین نقشه ای استنباط می شود. آن ها می دانند که همه انتظار دارند مسیحیان محافظه کار نسبت به رسانه ها محدودکننده و اخلاق گرا باشند، ولی آن ها از چنین نقشی می پرهیزند. در واقع می دانند که ایجاد تمایزها مهم است، با وجود این در بعضی از سطوح، تمایلی به انجام چنین کاری ندارند. اگر درباره این موضوع فکر کنیم، علت برای مان روشن می شود. چنان که دیده ایم مسیحیت معاصر به سوی خودِ مستقل گرایش دارد. مسیحیان بازمتولد تعبیر خاص خود را از این موضوع دارند، چنان که شماری از مصاحبه شوندگانِ ما در بین خانواده ها تعابیرشان را مطرح کردند. آن ها با مراجع نهادینه سنتی و کلیسایی میانه ای ندارند و در محیط خانه نیز مرجعیت سنتی پدر و مادر، در لحظات ارتباط با رسانه ها و از نظر آموزشی مطرح می شود. هیچ کس نمی خواهد آدم ماشینی بار بیاورد. همه می خواهند فرزندانشان شخصاً فکر کنند. پدران و مادرانِ خانواده های یادشده بیشتر چنین احساساتی را بروز می دهند، نه آن که بخواهند نقشِ بازدارنده برعهده بگیرند.

نکته جالب آن که هیچ یک از این خانواده ها علاقه خاصی به تلویزیون مذهبی نشان ندادند. در واقع تعدادی از مصاحبه شوندگان، عملاً از این ژانر انتقاد داشتند. بیشتر این خانواده ها با رسانه های مذهبی آشنا هستند و برنامه های شان را می بینند؛ از جمله موسیقی معاصر مسیحی، نوارهای صوتی، ویدیویی و کتاب هایی که ناشران و تهیه کنندگان مذهبی توزیع کرده اند. به گمان خیلی از آن ها رسانه های فوق، آثاری متفاوت و جایگزینِ رسانه های سکولار را فراهم آورده اند؛ البته این آثارِ

متفاوت عملاً جایگزین آثار دیگری نمی شونـد که همگی، آن ها را نتیجهٔ مشارکت در فرهنگ آمریکایی می دانند و فعالیت هایی چون تماشای تلویزیون، گوش دادن به رادیو، رفتن به سینما و استفاده از اینترنت را شامل می شود. انتخاب های آنان در چهارچوب رسانه های سکولار تا اندازه‌ای با این فکر تعیین می شود که برنامه های تلویزیونی احساساتی یا ملایم یا سنتی بنابر تعریف خوب هستند. هم چنین، افکار کارل کالاهان دربارهٔ مسائل رسانه های بصری یا صفحه ای نشان‌دهنده گونه‌ای سلیقه طبقاتی است. پس برخی انتظارات ما از مؤمنان بازمتولد برآورده می شوند و برخی دیگر نمی شوند.

مؤمنان معاصر

اشاره

مؤمنان معاصر

افرادی که روف آن ها را مؤمنان معاصر می نامد، بیش از مؤمنان بازمتولد با نهادهای مذهبی ارتباط دارند. چنان که وی خاطرنشان می سازد، آن ها هم خود را به دلایل موجهی معاصر می دانند و هم به دلیل هویتِ خود و پیوندهای گسترده خانوادگی، با سنت های مذکور همدلی بیشتری دارند. در فصل سوم استدلال کردم که شاید آن ها بیش از دیگر گروه ها با نقد فرهنگ جمعی در رسانه ها موافق باشند، بیشتر به سوی فرهنگ متعالی گرایش نشان دهند تا فرهنگ عامه پسند و به طور کلی بیش از مؤمنان بازمتولد به فرهنگ جمعی بدگمان باشند. در شرایطی که کلیساها یا مرجعیت متداول کمتر دست اندرکار گروه های اوَنجلیکال برای تولید رسانه های خاص خودشان بوده است، شاید انتظار داشته باشید که این گروه با رسانه های مذهبی خودآگاهانه همدلی

نکنند یا حتی به چنین رسانه هایی مشکوک باشند. پیش‌تر دیده ایم که مسیحیان بازمتولد، محتوای رسانه ها را از جنبه اخلاقی و فرهنگی مورد انتقاد قرار می دهنـد. شاید بتوان انتظار داشت که مؤمنان معاصـر کمتر به چنین انتقاداتی دست بزنند. هم‌چنین به دلیل اسـتفاده از واژه معاصـر درباره آن ها نظر می دهنـد که بایـد با جنبه هایی از فرهنگ رسانه ها همدلی کنند که به طور کلی معاصر (به روز)، فراگیر یا مورد تأیید اکثریت باشند.

خانواده باسِول

خانواده باسِول

دَن و لورا باسِول که هر دو در حـدود چهل و پنـج،شـش ساله هسـتند با سه فرزندشان کاترین پانزده ساله، اِمیلی سـیزده ساله و رایـان هشت سـاله در حومه یکی از شـهرهای بزرگ غرب آمریکـا زنـدگی می کننـد. لورا در خـانواده ای معتقـد به کلیسـای کاتولیـک رم بزرگ شـده و اعضـای خـانواده هم‌چنـان به طور منظم به کلیسای کاتولیک محلی می رونـد. دَن در خانواده ای معتقد به کلیسای مستقل پروتستان(۱) پرورش یافت، ولی بعد به مسـلک کاتولیک گرایید. خانواده باسِول برخلاف بسیاری از مؤمنان بازمتولد داسـتان خاصی درباره رستگاری فردی شان ندارند. از نظر آن ها مذهب چیزی است که باید در آن مشارکت کرد و در کل به وسیله نهاد کلیسا می توان تجربه اش را از سر گذراند. حضور هفتگی در کلیسا مهم است گرچه لورا گزارش می دهد که فرزندان معمولاً با این

۱- Congregational church

نوعِ حضور منظم در کلیسا مخالفند.(۱)

گفت وگوی ما با خانواده باسِول دربارهٔ ارتباط بین ایمان و رسانه های مورد توجه آن ها، معطوف به سه رسانه خاص شد: مجلات، آرشیو نوارهای ویدیویی خانواده و فعالیت های آن لاین آن ها در اینترنت. آن ها کمتر دربارهٔ تماشای منظم برنامه های تلویزیونی صحبت می کنند. هم‌چون بسیاری از دیگر مصاحبه شوندگان ما، بحث با پرسش هایی دربارهٔ فرزندان، پرورش آن ها و ارزش رسانه ها شکل گرفت. وقتی لورا و دَن درباره رسانه ها و فرزندانشان فکر می کنند ارزش های مذکور در ذهنشان اهمیت خاصی می یابد. نمونه آن، بحثی درباره ارزش های مجله YM است؛ اِمیلی می گوید:

این مثل یکی از مجلات نوجوانانه، ولی گاهی اوقات مطالب بدی در اون دیده میشه. ما اون مطالب بد رو نمی خونیم، فقط ستون مد رو می خونیم.

مصاحبه گر:

منظورتون از مطالب بد چیه؟

اِمیلی:

خب....

لورا:

مثلاـ می نویسن که در سن چهارده سالگی چطور دوست پسرتون رو ببوسید.... چطور رابطه رو شروع کنید. به نظرم این ها مطالبی نیست که لازم باشه نوجوون های سیزده، چهارده ساله بدونن. منظورم اینه که حتی دربارهٔ کاترین... فکر می کنم مجله Seventeen یا چیزی شبیه اون برای

۱- مصاحبه با خانوادهٔ باسول بر عهدهٔ لی هود بود.

نوجوون هـا مناسب تر باشه. به نظرم حتی چنین مجلاتی هم قـدری مطالب مـذکور رو حتی نه به شـکل چنـدان گرافیکی ارائه میدهن. [سپس خطاب به دختران می گوید] این همان مجله YM نیست که در اون مقاله ای درباره دختر بازیگر سریال آسمان هفتم اومده بود؟ منظور اینه که سـریال آسمان هفتم از همه بهتر و منظم تره ولی اون ها در مجله شون مطالبی آوردن... از قبیل اطلاعاتی از دوست پسـر اون دختر و این‌که دختر، تا چه انـدازه از مادرش متنفره. منظورم اینه که وقتی درباره چنین شخصـیت جذابی می نویسن... واقعاً عجیبه؛ البته مطمئنم که اون واقعاً همین طوره.

لورا به طور کامل از مطالب آن مجله آگاهی دارد و در حال حاضـر خواندن آن مجله ممنوع و به جایش نشـریات مناسب تری از جمله سِونتین توصیه می شود. مجموعهٔ تلویزیونی آسمان هفتم، یکی از بخش های منظم رژیم تلویزیونی خانواده است. لورا و دخترها از دیـدن مطالبی درباره بازیگر دختر مجموعه در چنین مجلاتی تعجب کردنـد. بچه ها معمولاً به سـینما می روند. به گفته لورا در کل اعضای خانواده هفته ای یک بار به سـینما می روند. آن ها حساسـیت خاصـی به انواع فیلم ها ندارند و از بچه ها می خواهند که خودشان هم تنهایی به سینما بروند. دخترها می گویند که مجازند به تماشای فیلم هایی با درجه بندی سیزده سال به بالا(۱) بروند؛ البته خانواده آرشیو بزرگی از نوارهای

۱- سامانـهٔ رده بنـدی سـنی، جهت آگـاه کردن تماشـاگر آمریکـایی از کیفیت مضـامین غیراخلاقی و خشونت موجود در فیلم است گرچه موارد دیگر را هم شامـل می شود. این رده بنـدی که توسط انجمن تصویر متحرك آمریکا (MPAA) تبیین شده، بـه قرار زیر است: G(مناسب برای همهٔ سنین)،PG(مناسب برای همهٔ سـنین با کمی هشدار برای والدین)،PG-۱۳(تماشا برای زیر ۱۳ سال فقط با همراهی والدین)،R(تماشا برای زیر ۱۷ سال فقط همراه با والدین)،NC-۱۷(تماشا برای زیر ۱۷ سال مطلقا ممنوع)،NR(غیرقابل استفاده برای خانواده ها/کسانی که فیلمشان را برای دریافت رده بندی نمی فرستند). البته ESRA انجمن رده بنـدی بازی های ویدیویی هم رده بندی ای برای بازی های ویدیویی ارائه داده است. PEGI و CERO سامانهٔ رده بندی اروپا و ژاپن در زمینهٔ بازی های ویدیویی هستند. (م.)

ویدیویی دارد و آن ها بیشتر بر اساس سلیقه شان به تماشای فیلم ها می پردازند.

گفته شد که معمولاً- پنجاه تا هفتاد فیلم به طور منظم می بینند، از جمله فیلم هایی چون زندگی یک حشره، بسیاری از فیلم های والت دیزنی و آپولو سیزده.(۱) هم چنین در مجموعه نوارهای ویدیویی خانواده آثاری وجود دارند که لورا آن ها را فیلم های زمان اتوکشی می نامد و به طور مشخص، به بی خواب در سیاتل(۲) و قسمت های ضبط شده نمایش تلویزیونی فیل سیلورز(۳) اشاره می کند.

به نظر می آید که والدین به وسیله این برنامه های ضبط شده، تماشای فیلم ها و برنامه های تلویزیونی را کنترل می کنند و این موضوع در حقیقت برای شان ارزشمند است. بچه ها به ویژه رایان خردسال، اخیراً با دنیای اینترنت و فعالیت های آن لاین آشنا شده اند؛ زیرا در ایام کریسمس رایانه جدیدی خریدند که نقطه عطف مهمی در رژیم رسانه ای آن ها محسوب می شود. این موضوع به ویژه برای بچه ها اهمیت خاصی دارد؛ زیرا زندگی پیش از دوره اینترنتی خود را نوعی انزوای فرهنگی و اجتماعی می‌نامند.

۱- Apollo۱۳ فیلمی به کارگردانی ران هاوارد و با بازی تام هنکس، اد هریس و کوین بیکن. فیلمی مبتنی بر واقعیت دربارهٔ تلاش گروهی برای سفر به ماه و حوادثی که برای شان رخ می دهد. محصول ۱۹۹۵ آمریکا. (م.)

۲- Sleepless in Seattle.۵ فیلمی ساختهٔ نورا افران با بازی تام هنکس و مگ رایان. کمدی/رمانتیک محصول ۱۹۹۳ آمریکا.(م.)

۳- Phil Silvers Show نمایشی تلویزیونی که بین سال های ۱۹۵۵ تا ۱۹۵۹ در ۱۴۳ قسمت ۳۰ دقیقه ای پخش شد. شخصیت محوری این نمایش، یک گروهبان بی نهایت متقلب و گوش بر ارتش آمریکا به نام ارنی بیلکو بود. (م.)

ص:۴۰۵

اِمیلی:

تـا وقتی که رایانـهٔ جدیـدمون رو نگرفته بودیم، تنها خونواده ای بودیم که اینترنت نداشـیم. ما از رایانه مون مثل ماشـین تحریر استفاده می کردیم.

رایان:

آمیش.(۱)

اِمیلی:

انگار که ما از نظر تکنولوژیک معیوب بودیم.

رایان:

آمیش.

مصاحبه گر:

آیا احساس عجیبی بود؟

کاترین:

بله، یک جورایی.

مصاحبه گر:

درباره این موضوع چیزی به دوستانتان نمی گفتید؟ چطور با آن کنار می آمدید؟

کاترین:

خب اون ها همیشه درباره کارهاشون در اینترنت با ما صحبت می کردن.

اِمیلی:

اون ها می گفتن ساعت پنج و نیم وارد اینترنت شو تا با هم چَت کنیم. و ما می گفتیم اینترنت چیه؟

۱- Amish.۷ فرقه ای وابسته به کلیسای باپتیست که در سوییس پا گرفت و به دلیل سبک زندگی ساده، لباس های ساده و مقاومت در برابر مظاهر و قواعد زندگی مدرن شهرت دارد. (م.)

ص:۴۰۶

لورا: (با لحنی تمسخرآمیز)

خیلی غم انگیزه، مگه نه؟

از نظر این خانواده، نقش غالب و فراگیر بودن رسانه ها در خانه عمدتاً از طریق دسترسی به اینترنت احساس می شود. دَن و لورا پیش از این با فعالیت های آن لاین مخالف بودند؛ زیرا فکر می کردند که فقط وقت بچه ها را هدر می دهد؛ ولی در آخر به این نتیجه رسیدند که ارزش اطلاعاتی اینترنت استفاده از آن را توجیه می کند. بچه ها به طور مرتب برنامه های MTV را می بینند و اعضای خانواده دربارهٔ تماشای منظم دو برنامه پیشرفت خانواده _ هنگامی که پخش می شد _ و به دنبال آن سریالی خانوادگی دربارهٔ خانواده یک کشیش به نام آسمان هفتم صحبت می کنند. وقتی می پرسیم اعضای خانواده در کنار هم چه برنامه ای را معمولاً تماشا می کنند، لورا از آسمان هفتم نام می برد و بحث دربارهٔ ارزش های آن شروع می شود؛

مصاحبه گر:

شما قبلاً این سریال را بسیار خوب و منزه دانستید: از چه چیز آن خوشتان می آید؟

رایان:

آه، نمی دونم.

لورا:

واقع گرایانه است (هر دو دختر می گویند: بله) شخصیت هاش خیلی بچه مثبت نیستن. یک سریال خانوادگی خوبه و هر چیز که در اون دیده میشه واقعیه، از جمله مواد مخدر، مسئله جنسیت که این موضوعات هم به خوبی کار شدن.

ص:۴۰۷

دَن:

و من فکر می کنم هر کدام از بچه ها می تونن با یکی از شخصیت های این مجموعه احساس نزدیکی کنن.

لورا:

یکی از شخصیت ها هم سن و سال اون هاس....

دَن:

در سن و سالیه که می تونن با وی هم ذات پنداری کنن.

نکته جالب آن که وجه مذهبی و آشکار برنامه در نظر خانواده باسِل، ارزش مهمی محسوب نمی شود. آن ها در جاهایی دیگر نیز ارتباطی بین ایمان و اعتقادات خود با رسانه ها نمی بینند و فقدان چنین چیزی جالب است (هر چند نامعمول نیست، بسیاری از خانواده هایی که آسمان هفتم را دیدند، بیشتر آن را در حکم الگوی سریالی خانوادگی می بینند تا داستان خانواده یک روحانی) هم‌چنین دربارهٔ مؤمنان بازمتولد و به طور کلی تر اوَنجلیست ها، این مفهوم که برنامه مذکور صرفاً ملایم است، ارزش مهمی محسوب می شود؛ البته این مضمون هم مورد توجه است که گاهی الگوی مناسبی از روابط مثبت خانوادگی ارائه می دهد. تصویری که خانواده باسِل از ارتباط خود با رسانه ها ترسیم می کنند، کم و بیش معمولی است. توضیحات آن ها دربارهٔ رسانه ها با انتخاب ها و توانایی شان برای برنامه ریزی رژیم رسانه ای به وسیله آرشیو فیلم های ویدیویی (و تا حدی دسترسی به اینترنت)، برای والدین اهمیت خاصی دارد. به هر حال درباره دیگر خانواده ها، این کل داستان محسوب نمی شود. وقتی مصاحبه گر می پرسد که آیا برای تماشای آثار رسانه ای

قوانینی دارند، بحثی مطرح می شود که موقعیت بسیار مشابهی را با دیگر خانواده ها نشان می دهد.

مصاحبه گر:

آیا سیاست ها و قواعدی در برابر استفاده از رسانه ها در خانه تان دارید؟

رایان:

اوم....

کاترین:

نمی تونیم گفت وگوهای تلویزیونی رو تماشا کنیم.

رایان:

گفت وگوی تلویزیونی چیه؟ آه، بله جری اسپرینگر.(۱)

لورا:

منظور اینه که برنامه های گفت وگوی تلویزیونی آپرا وینفری خوبه ولی برخی از....

دَن:

قاضی جودی.(۲)

رایان:

آه، بله من و بابا اون رو خیلی با هم تماشا کردیم.

---

۱ - ۸.Jerry Springer مجری یهودی یکی از برنامه های TalkShow آمریکا است. برنامهٔ وی با نام شوی جری اسپرینگر، از سال ۱۹۹۱ تا کنون در بیش از سه هزار اجرا نمایش داده شده است. شکل برنامه بر حضور خانواده هایی است که دچار مشکل هستند و در استودیو، میزبان و میهمان برنامه به همراه برخی مخاطبین پیشنهاداتی برای حل مشکلاتشان می دهند. با این حال هر قسمت برنامه روی مشکلاتی دست می گذارد که عمدتا غیراخلاقی هستند: زنای با محارم، کودک آزاری، هم جنس بازی، نژادپرستی، زن پوشی، فتشیسم و... (م.)

۲ - Judge Judy برنامه ای تلویزیونی که از سال ۱۹۹۶ ساخته شده و تا کنون پخش می شود. اثری در ژانر

کمـدی//تلویزیـون–واقعیت که در هر قسـمت ۳۰ دقیقه ای، قاضـی پیشـین دادگـاه هـای نیویـورک (جـودی شـیندلین به نقش خودش) به کمـک یکی از همکـارانش، به بـازخوانی یکی از پرونـده هـای قضـایی و روبه روکردن مـدعی و مـدعی علیه می پردازند. (م.)

لورا:

و من از اون متنفرم. هنگامی که چنین برنامه هایی رو تماشا می کنن، دیوونه میشم.

مصاحبه گر: (خطاب به رایان)

آیا برنامه ای که تو و بابا می بینید قاضی جودی است؟

دَن:

همیشه نمی بینیم، فقط یک بار در ماه.

رایان:

و ما هم... اون یکی چیه، اون مجموعه پلیسی؟

دَن:

آه پلیس های درجه یک.(۱)

رایان:

بله این همون چیزیه که تماشا می کنیم.

لورا:

اگر من این دور و برا باشم، به اون ها اجازه نمیدم تماشاش کنن.

دَن:

فکر می کنم ما بیشتر از همه جری اسپینگر و برخی از این برنامه ها رو می بینیم.

لورا:

فکر می کنم دخترها خودشون حواسشون جمعه. اگر از محتوای برنامه ای خوششون نیاد اون رو خاموش می کنن.

۱- Top Cops سریالی پخش شده در حد فاصل سال های ۱۹۹۰ تا ۱۹۹۳ در ژانر جنایی که در آن افسران پلیس آمریکا،

داستان هایی از روزهای پرالتهاب کاری خود را تعریف می کنند. (م.)

ص:۴۱۰

مصاحبه گر:

از چه چیز گفت وگوهای تلویزیونی خوشتان نمی آید.

لورا:

خیلی ابلهانه اند.

دَن:

هرچه مزخرف دلتان بخواهد می تونید توی این برنامه ها ببینید... موضوع برخی از اون ها به قدری اغراق شده است که ارزش نداره وقتتون رو برای تماشاشون صرف کنید.

مصاحبه گر:

و در خانه شما این قانون بوده که گفت وگوی تلویزیونی نبینید؟

پاسخ می دهند:

بله!

در این جا شباهت طرز تلقی اعضای این خانواده با خانواده های دیگر جالب است. در شرایطی که باسوِل ها درک و توضیحات خود را از رسانه ها به شکل نسبتاً واضحی بیان می کنند، برخی از تغییرات در روال تماشای برنامه ها، نشان‌دهنده اولویت های خاصی است. روشن نیست که چگونه بین انواع مختلف برنامه های گفت وگوی تلویزیونی تمایز قائل می شوند. منظور لورا از ابلهانه مشخص نیست و صحبت از این موضوع با وی هم کمکی به روشن تر شدنِ آن نمی کند. هم‌چنین به نظر می رسد که رایان و دَن با وجود احساس گناهی که تماشای بعضی از برنامه ها برای شان در پی دارد، از تماشای آن ها لذت می برند، برنامه هایی که مورد قبول لورا نیستند. به طور خلاصه خانواده باسوِل از نظر استفاده از

رسانه ها با بسیاری از خانواده های دیگر چندان تفاوتی ندارند.

خانواده اَلِن

خانواده اَلِن

جیل اَلِن ۳۷ ساله، با دو دخترش لورا شانزده ساله و مِلیسا ده ساله در حومه یکی از شهرهای بزرگ آمریکا زندگی می کند. وی از شوهرش، پدر دخترها، طلاق گرفته است و طی سال های بعد روابط پراکنده ای داشته است. جیل آمریکاییِ انگلیسی تبار است، پدر بچه ها آمریکاییِ لاتین تبار است. آن ها رابطه نزدیکی ندارند و پدر به خانواده کمکی نمی کند. جیل تحصیلات دبیرستانی دارد و در یکی از کارخانه های اطراف پشت خط مونتاژ کار می کند. درآمد خانواده کم است و مدام با مشکلات مالی دست و پنجه نرم می کنند؛ البته خانواده از این نظر خوشبخت است که می توانند در خانه ای تمیز، شیک، خوش ساخت و سه اتاق خوابه زندگی کنند. این خانه را یک سازمان مسکن غیرانتفاعی در محل به صورت یارانه ای در اختیارشان گذارده است. لورا که شانزده سال دارد می خواهد پس از اتمام دبیرستان به کار مشغول شود و به خانواده کمک کند.(۱) جیل در خانواده ای معتقد به کلیسای باپتیست بزرگ شده است؛ ولی وقتی شانزده ساله بود، مادرش خانواده را به کلیسای پروتستان لوترِی برد و از آن به بعد همگی پروتستان لوترِی شده اند. جیل و دخترها به طور مرتب و معمولاً همراه با مادر جیل که نزدیک آن ها زندگی می کند، به کلیسا می روند. کلیسا از جنبه هویت برای این

۱- مصاحبه با خانواده اَلِن را اسکات وِبِر انجام داده است.

خانواده، کانون مهمی محسوب می شود و سنت خانواده یکی از دلایل اصلی وفاداری شان به کلیسا است. دخترها معمولاً در برنامه های مخصوص جوانان در کلیسا شرکت می کنند و لورا در جلسات عضویت در کلیسا حاضر می شود. لورا در گروه کُر نوجوانان در کلیسا و جیل در گروه کُر بزرگسالان می خوانند، از این رو کلیسا مکان مهمی برای حضور اجتماعی این خانواده است. لورا در برنامه های جمع آوری پول برای کارهای خیریه در کلیسا نیز شرکت می کند و هنگام مصاحبه در یک گروه جوانان فعالیت داشته و قرار بوده به واشنگتن بروند. رسانه ها در خانه اَلِن اهمیت فراوانی دارند. آن ها سه دستگاه تلویزیون دارند. یک دستگاه گیرنده بزرگ در اتاق نشیمن که مرکز سرگرمی خانه محسوب می شود و دو دستگاه دیگر که هر کدام در اتاق های دختران قرار دارند. به هر حال وجود آن ها در اساس برای انجام بازی های ویدیویی ضروری است. اتاق نشیمن مکانی است که آن ها به اتّفاقِ هم تلویزیون تماشا می کنند. آن ها آبونۀ خدمات تلویزیونی یک شبکه ماهواره ای شده اند که صد و بیست کانال را در اختیارشان قرار می دهد. خانواده اَلِن معمولاً برنامه های تلویزیون را ضبط نمی کنند که بعد ببینند و آرشیوی هم از نوارهای ویدیویی ندارند. موسیقی نیز رسانه مهمی برای شان محسوب نمی شود. تلویزیون بسیار مهم تر است. از نظر آن ها تلویزیون رسانه ای است که باید همگی در آن سهیم باشند. طی مصاحبه، همه آن ها در گفت وگوهایی درباره انتخاب برنامه های تلویزیونی شرکت کردند. برخلاف بسیاری از والدین که انگار دوست دارند بر فعالیت ها و استفاده فرزندان از رسانه ها نظارت داشته باشند، جیل سلیقه و رفتار تلویزیونی

خود و دختران را در حکم نوعی عملکرد مشترک خانوادگی می داند. به نظر می آید که شبکه های محبوب آن ها شبکه هایی است که فیلم ها و برنامه های تلویزیونی قدیمی تر را دوباره پخش می کنند. مثلاً آن ها برای تماشای مجدد مجموعه کلاسیک من لوسی را دوست دارم(۱) که از یکی از شبکه ها پخش می شود، نوعی آیین خانوادگی دارند و با علاقه و هیجان از مجموعه سخن می گویند.

مصاحبه گر:

شما قسمت های زیادی از مجموعه من لوسی را دوست دارم تماشا کرده اید [خطاب به بچه ها] آیا آن ها را با مادرتان می بینید؟

جیل:

آه، بله!

مصاحبه گر:

اکنون برنامه چه ساعتی پخش می شود؟

لورا:

دوشنبه شب ها، ما نیز همون موقع سریال رو تماشا می کنیم.

مصاحبه گر:

در تمام شب؟

لورا:

تا ساعت یازده.

---

۱ - I Love Lucy.۲ برنامه ای تلویزیونی که بین سال های ۱۹۵۱ تا ۱۹۵۷ (۱۷۹ قسمت ۳۰ دقیقه ای) در ژانر کمدی خانوادگی با بازی لوسیل بال ساخته و پخش شد. شخصیت محوری داستان، زنی ساده لوح و کوشا است که تلاش می کند به یک ستاره تبدیل شود و در این راه خود را در موقعیت های مختلفی قرار می دهد. وی در این راه از همراهی همسرش بهره می برد. (م.)

ص:۴۱۴

مصاحبه گر:

چه ساعتی شروع می شود؟

لورا:

هفت.

مصاحبه گر:

از چه چیز این مجموعه خوشتان می آید؟ من فکر می کنم قرار است پنجاهمین سالگرد پخش سریال در قالب مراسمی جشن گرفته شود.

جیل:

کارهای لوسی خیلی بامزه است. اون همیشه منو به خنده می اندازه.

مِلیسا:

اون هم مانند لوسی برای به دست آوردن یا بازپس گرفتن هر چیز از قبل فکر می کنه و هنگامی که ایده ای به ذهنش خطور می کنه میگه من ایده ای دارم، بعد به خونه میره و می شنوه که یک نفر می خواد داخل بشه سپس خودش رو مخفی می کنه.

به نظر می آید که خانواده اَلِن در مقایسه با دیگران معیارهای آشکارِ کمتری برای استفاده از محتوای رسانه ها دارند. وقتی مصاحبه گر درباره این موضوع می پرسد به نظر می آید که افکار جیل بیشتر کلی هستند. وی کمتر به نام برنامه های خاصی اشاره می کند.

مصاحبه گر:

آیا برنامه تلویزیونی یا بازی ویدیویی ای برای تان ممنوع شده است؟

لورا سرش را به علامت نه تکان می دهد. مصاحبه گر ادامه می دهد:

شما هر بازی ویدیویی ای که بخواهید می توانید بخرید و مشکلی با آن ندارید؟

جیل:

مگه اون که... محتوای جنسی داشته باشه. فقط همین؛ البته هر دوتاشون می دونن.

مصاحبه گر:

دربارهٔ تلویزیون هم همین طور است...؟

جیل:

بله!

مصاحبه گر:

ولی آیا برنامه هایی وجود دارند که نخواهید ببینند؟

جیل:

نه! فقط میگیم که ما نمی تونیم این برنامه رو تماشا کنیم و چیز دیگه ای می بینیم.

مصاحبه گر:

و آن چه خواهد بود؟ کدام یک از برنامه ها را حق ندارند ببینند؟

جیل:

مثلاً ـ فیلم هـای خشن یا چیزایی از این دست و لورا این موضوع رو به خوبی می دونه. بیشتر وقت ها نمی خوام این ها رو ببینه، اون خیلی جوونه.

مصاحبه گر:

پس خشونت و جنسیت ممنوع است؟

مِلیسا دستانش را روی چشم هایش می گذارد. مصاحبه گر می گوید:

این همان کاری است که انجام می دهی، دست هایت را روی چشم هایت می گذاری؟

مِليسا:

ص:۴۱۶

بله!

مصاحبه گر:

از کجا می فهمی که چه زمانی باید دست هایت را روی چشمانت بگذاری؟

مِلیسا:

مولین به من میگه.

به نظر می آیـد که از نظر جیـل تماشـای برنامه با دخترها، همراه با نوعی کنترل نیز بایـد باشـد. ولی صـرف نظر از این موضوع احساس می شود که تلویزیون وجهی ضمنی و هنجار در زندگی روزمره خانوادگی محسوب می شود. پس از نظر جیل آستانه ای برای دغـدغه سوءظن وجود دارد که معمولاً ـ هم به آن نمی رسـد. در واقع او بیشـتر نگرانی هـای مبهمی نسـبت به محتوای جنسـی و خشونت دارد؛ البته این نگرانی هـا در بیشتر موارد بیهوده به نظر می رسـند؛ زیرا بیشتر برنامه هایی که آن ها می بینند مجموعه های خانوادگی و فیلم های ملایم هستند. به جز پخش مجدد مجموعه های کلاسیکی چون من لوسی را دوست دارم، رژیم تلویزیونی آن ها بیشتر شامل مجموعه های معاصـر از جمله آسـمان هفتم و پیشـرفت خانواده می شود. چنان که دیده ایم آسـمان هفتم برنامه ای است که محتوای مذهبی اش آشـکار است. شخصیت اصلی مجموعه کشیش است؛ ولی پی رنگ های برنامه بیشتر معطوف به موضوعات خانوادگی است تا حرفه کشیش.

خـانواده اَلِن قـدری بیش از کسـانی که بـا آن هـا مصـاحبه کردیم، با محتوای برنامه های مـذهبی ارتباط برقرار می کننـد. لورا اشاره می کند که

هر چنـد پـدر خـانواده در این سـریال واعـظ است با تماشای برنامه برای اش مشـخص می شود که همه خانواده ها اساساً مشابه هستند. وی می گوید:

شایـد از نظر ظـاهر بتونیـد بگیـد که تفـاوت زنـدگی اون با ما چیه؛ چون اون کشـیشه ولی واقعاً چیزی فرق نمی کنه، همه مثل همیم.

به هر حال برنامه هایی را که آن‌ها از جنبـهٔ مذهبی یا معنوی مهم می‌دانند، به ویژه نظرکردهٔ فرشـته و این یک معجزه اسـت(۱) عملاً به عنوان راهنماهایی در مسیر معنویت یا مـذهب به شـمار می‌رونـد. از نظر جیل و دخترها، محتوای مذهبی یا معنوی این برنامه ها از موقعیتِ مرموز یا حتی رازورزانه ای سرچشمه می گیرد که عنصری روحانی در زندگی شان وارد می شود و آن ها را متحول می سازد. در حالی که دخترها این برنامه ها را صـرفاً می تواننـد محشـر توصـیف کننـد، جیل سـعی دارد آن ها را به شکل عینی تری توضیح دهد و می گوید که وی احساساتی از نوعی پیش بینی حوادثی که در این یک معجزه است دیده می شود درک می کند. او می گوید:

من این مجموعه رو دوست دارم چون... آدمی مثل من می تونه حس کنه که واقعاً چنین چیزی اتفاق می افته و بعـد... یک نفر می خواد به شما کمک کنه تا این اتفاق معجزه آسا رو درک کنید.

مصـاحبه گر ضـمن اشـاره به این یـک معجزه است، آسـمان هفتم و نظرکردهٔ فرشـته می پرسـد که آیا تماشای این برنامه ها به تداوم پیوند با کلیسا یا برقراری ارتباط های جدید کمک می کند یا نه.

لورا:

۱- It’s a Miracle سریالی که بین سال های ۱۹۹۹ تا ۲۰۰۴ پخش شد. (م.)

ص:۴۱۸

بعضی وقتا.

جیل:

بله... وقتی به کلیسا می رم و دعا می کنم، می تونم اون رو احساس کنم.

مصاحبه گر:

این که می گویید احساسش می کنید، احساس در ارتباط با این نمایش ها یا بقیهٔ مجموعه ها یا به طور کل سایر رسانه ها....

جیل:

نه، من اون رو طوری احساس می کنم که... گویی خداوند به من میگه که ... من اون چه در زندگی از دستم برمیاد، دارم انجام میدم. مادری خوب و کارگری سخت کوش هستم. اون چه از دستم برمیاد انجام میدم. در آینده چیزی فرا می رسه ولی نمی دونم چیه، ولی وقتی فرا برسه می فهممش. فقط زمانش رو نمی دونم.

مصاحبه گر:

وقتی آن برنامه ها را می بینید، چنین چیزی را احساس می کنید؟

لورا:

بله انگار که حقیقیه و کاملاً- حس میشه... توضیح دادنش سخته. درست مانند اون که خداوند بر شما نظارت می کنه و بر دیگران نظارت می کنه و حس می کنیم با اون ارتباط داریم.

پس از نظر خانوادهٔ اَلِن نوعی ارتباط معنوی با مضامین این برنامه ها وجود دارد، چیزی که آگاهانه با فعالیت های مذهبی خود در کلیسا مرتبط می بینند، نوعی همدلی با تجربیات و انتظاراتی که شخصیت ها در این سریال ها دارند. این سریال ها، گاهی حکم راهنمایی برای زندگی معنوی را بر عهده می گیرند. هم‌چنین به بیننده این احساس

آرامش بخش را می دهند یا به وی یادآوری می کنند که زندگیِ شخصیت های سریال چندان متفاوت با خودش نیست.

زندگی در شرایط معاصر

زندگی در شرایط معاصر

روف در کتابش، نسلی از جویندگان، این نکته را مطرح می سازد که مؤمنان معاصر به این دلیل اهمیت دارند که معاصرند و به چنین استنباطی از خود معتقدند. همکار من دایان اَلترز همین وجه معاصربودن و رابطهٔ آن را با استفاده از رسانه ها در خانه در کتاب مشترکمان رسانه ها، خانه و خانواده بررسی کرده است.(۱) در موقعیتی که آن ها به طور منظم و جدی به کلیسا نمی رونـد؛ ولی به شـدت خود را مذهبی احساس می کنند، مذهبی نه از دیدگاه فرقه ای بلکه ذاتاً خود را مسیحی می دانند. رایان پـدر خانواده تأکیـد می کند که می خواهد بچه ها زندگی مسیحی، اخلاقی را پیش بگیرند؛ ولی دیدگاهش نسبت به ماهیت این زندگی و رابطه اش با ارزش هایی که ریشهٔ مذهبی دارند، قدری مبهم است.

چنان که اَلترز خاطرنشان می کند، توضیحات پدر خانواده درباره این موضوع باعث می شود تا نوعی مسیحیت بر اساس قانون طلایی تداعی شود، همان که از خانوادهٔ مؤمن معاصر انتظار داریم. چنان که رایان می گوید:

می دونید، منظورم نوعی نگرش اخلاقی و مسیحیه که مثلاً می خواد

---

۱ - Diane F. Alters, “In the Heart of the Culture: The Hartmans and the Roelofs,” Chapter Seven in Hoover et al. (۲۰۰۴)

همسایه تون رو به اندازهٔ خودتون دوست داشته باشید و با دیگران طوری رفتار کنین که انتظار دارین باهاتون رفتار کنن.(۱)

چنان که اَلترز اشاره می کند، وجه مذهبی خانوادهٔ رُلوف و رابطهٔ آن ها با رسانه ها پیچیده است.(۲)

به هر حال برخی از وجوه اشتراک و تضاد بین خانواده های اَلِن و باسِول در این جا قابل توجه است. خانوادهٔ رُلوف مانند دیگران، تماشای خانوادگی برنامه های تلویزیون را کاری ارزشمند می دانند (گرچه به ندرت آن را انجام می دهند) هم‌چنین بر اهمیت استفادهٔ والدین از رسانه ها برای آموزش ارزش ها به کودکان، تأکید می ورزند. خانوادهٔ رُلوف هم مانند دیگران، مجموعه ای مبهم از ممنوعیت های رسانه ای را برمی شمرند که بیشتر معطوف به صحنه های جنسی و خشن است. به هر صورت، در قیاس با خانواده های دیگر آن ها توضیحات متمرکزتری درباره رسانه ها ارائه می دهند، به ویژه از گفت و گوهای تلویزیونی روزانه و موسیقی رَپ انتقاد می‌کنند. خانوادهٔ رُلوف نیز مانند باسِول ها تأکید خاصی بر موضوع زمان دارند و می گویند که قصد دارند مدت زمانی را که بچه ها صرف انواع رسانه ها می کنند، محدود سازند. هم‌چنین به نظر می رسد در خانوادهٔ رُلوف که در دل رسانه ها جای گرفته اند، والدین که سعی دارند محدودیت هایی برای دیدن انواع برنامه ها اعمال کنند، دریافته اند که در این کار، واقعیت دقیقاً با خواسته ها سازگار نیست.

یکی از مهم ترین وجوه تفاوت این خانواده های مؤمنِ معاصر با مؤمنان

۱- Ibid, p. ۱۱۶

۲- Ibid, p. ۱۲۸

بازمتولـد این است که اعتقـادات مـذهبی یا معنوی آن ها باعث می شود تا همیشه در تضاد با فرهنگ گسترده ترِ پیرامون خود قرار گیرنـد. به گـونه‌ای متضـاد، این مؤمنـان معاصـر به نـدرت چنین مفهـومی از تفـاوت را ابراز می کننـد. چنـان که اَلـترز در توصـیف خـانوادهٔ رُلـوف می گویـد آن هـا این وجه اشـتراک را بین خـود و دیگر مردم اجتمـاع می دیدنـد که در نظر گرفتن معیارهـای خاص اخلاقی به آن ها کمک می کنـد تا به قضاوت دربارهٔ محصولات رسانه ای بپردازنـد.(۱) به نظر می رسد که وجه اشتراک بـا فرهنـگِ پیرامون و نه تفـاوت بـا آن می توانـد دیـدگاهِ آن هـا را معیّن کنـد. با این که به نظر می آیـد مؤمنان بازمتولـد دیـدگاهی اکتسابی را پـذیرفته انـد و بیان می کنند، دیدگاهی که اخلاق گرایانه تر، فرقه ای تر و متعصـبانه تر است، مؤمنان معاصـر تا این حد کلیشه های گسترش یافته درباره اعتقادات و نگرش های خود نسـبت به رسانه ها را بیان نکردند. هم چنین در توضـیحات آن هـا ارجاعـاتی به موضوعـات معاصـر در سـیاست های مـذهبی دیـده نمی شود یا بسـیار انـدک است، موضوعاتی که در بحث های ما با مؤمنان بازمتولد بیشتر مطرح شد.

مرکزی گسترده

مرکزی گسترده

روایـاتِ مطرح شـده در این جـا، برخی از مضـامین و ارزش هـایی را نشـان می دهنـد که وجه اشتراک بین مؤمنان بازمتولـد و معاصر است. به نظر

۱- Ibid, p. ۱۱۷

می رسد بیشتر کسانی که تاکنون سخنانشان را شنیده ایم قبول ندارند ارزش ها و انتظارات آن ها باید به وسیله رسانه هایی که مورد استفاده قرار می دهند و فعالیت های ادراکی بیننده بیان یا بازنمایی شود؛ بلکه این فکر برای شان مطرح است که فرهنگ گستردهٔ پیرامون را منعکس می سازند، فرهنگی که انتظار می رود آن ها تا اندازه‌ای با آن ارتباط برقرار کنند. این میراث، ناشی از جایگاهی است که در چشم انداز فرهنگی دارند. در واقع باید نسبت به رسانه هایی که در خانه های شان قابل دسترس هستند دیدگاهی داشته باشند. به نظر می آید که آن ها بر این زمینه وجه اشتراک دارند که انتخاب و کنترل باید در واکنش های آن ها نسبت به رسانه ها نقش اساسی داشته باشد. این ایدهٔ مشترک وجود دارد که رسانه ها واکنش می طلبند و این واکنش یا از طریق کنترل، انتخاب یا تلفیق این دو بیان می شود. از نظر بیشتر این مصاحبه شوندگان، انتخاب و کنترل نشان‌دهنده نوعی استقلال در ارتباط با رسانه ها است. هیچ کس نمی خواهد بیننده ای منفعل باشد. همه می خواهند به شیوه‌ای منتقدانه و پویا به تماشای رسانه ها بپردازند. دیگر نکتهٔ مشترک در این مصاحبه ها، دغدغهٔ والدین نسبت به فرزندان و شیوهٔ استفاده شان از رسانه ها است که البته منجر به دیدگاه های متمایزی در این زمینه شده است. در فصل آتی ما این موضوع را با جزییات بیشتری بررسی خواهیم کرد؛ ولی در این جا تعداد اندکی از والدین می خواهند کنترل مستقیمی بر استفادهٔ بچه ها و خانواده از رسانه ها اعمال کنند. در عوض بیشتر آن ها ترجیح می دهند که بچه ها همان برنامه هایی را ببینند که خودشان تماشا می کنند، کنشی مستقل

در انتخاب دقیق آن چه مشاهده یا مصرف می شود.

یکی از ابعـاد جـذاب این مصـاحبه ها، فاصـله بین خواسـته و واقعیت است. چنان که پیش‌تر اشاره کردیم مجموعه ای از افکار اکتسـابی یـا توضـیح دربـارهٔ رسانه ها در روش تفکر مردم و بازنمایی شان از فعالیت های رسانه ای خود در خانه، نقش مهمی ایفـا می کنـد. در این جـا فقـط اشـاره ای به این موضوع می کنیم و در ادامه بـا ذکر جزییـات بیشـتری به آن خواهیم پرداخت. تفاوت این افکار اکتسابی با واقعیت های اسـتفاده از رسانه ها، شـکلی اساسـی و تعیین کننده دارد. قضـیه به این سادگی نیست که عاملی، مثلاً فقـدان ارادهٔ اخلاقی، والـدین را از آن مخاطبان رسانه اِی آرمانی که می خواهنـد باشـند، محروم می سازد. در واقع مجموعهٔ گسترده تری از نیروهای اجتماعی و فرهنگی در این امر دخیل هستند.

در فصل بعـد دیـدگاه‌های بیشتری دربارهٔ این ابعاد و دیگر فعالیت های رسانه ای در پیونـد با مـذهب و معنویت مطرح خواهیم ساخت. در آن جا به بررسـی مصاحبه شوندگانی می پردازیم که در دیگر رده های روف قرار دارند. آن فصل با ارزیابی کلی از آن چه تا کنون آموخته ایم و نگرش به موضوعات پایان خواهد یافت.

پاره هفتم: ابژه های فرهنگی و هویت مذهبی در بین معتقدان به ما بعدالطبیعه، جزم اندیشان و سکولارها

اشاره

پاره هفتم: ابژه های فرهنگی و هویت مذهبی در بین معتقدان به ما بعدالطبیعه، جزم اندیشان و سکولارها

رده بندی هایی که در فصل پیش بررسی کردیم، دو قطب مهم (حداقل) در تاریخ مذهبی آمریکا را تشکیل می دهند. تکامل جنبش اونجلیست در اواسط قرن بیستم باعث شد تا پروتستان گرایی دو وجه مهم بیابد: افراد و جنبش هایی که با اوَنجلیسم همدلی کردند (آن هایی که مایلند خود را بازمتولد توصیف کنند) و کسانی که چنین تمایلی ندارند. چنان که روف نظر داده است، شاید آن چه هویت اصلی گروه دوم را شکل می دهد، این باشد که خود را جزو گروه اول نمی دانند. از سوی دیگر افرادی که در هر یک از این دو گروه قرار گرفته اند، وجه اشتراک فراوانی دارند، به ویژه با توجه به احساس نزدیکی با سنت مسیحی و پروتستان به روش های خاص و رسمی و نیز حساسیت عمومی پروتستان به این موضوع که باید برخوردی آزادانه و بی قید و بند با فرهنگ داشته باشد. گرچه هر دو طرف عملاً به روش های مختلف چنین کاری را انجام می دهند. هم‌چنین، به نظر می رسد آن ها از نظر

رویکرد بـه فرهنـگ رسـانه هـا کـه دغـدغه اصـلی مـا در ایـن کتـاب اسـت، وجـه اشـتراک فراوانی دارنـد. چنـان که گفته ام، موضوع‌هـای انتخـاب و کنترل، مضامین اصـلی خودبازتابنـدگی آن ها، دربارهٔ رابطه شان با قلمروی رسانه هاست. هم‌چنین، به نظر می آیـد آن ها توجه خاصـی به نقش خود در مقام والـدین و عینیت بخشـیدن به تجربه فرزنـدان خود یا دیگران، در حکم موضوع‌های مهمی دارند که نحوه استفاده شان از رسانه ها را تعیین می کند. همه آن ها تلویحاً پذیرفته اند که در کانون چشم انداز مذهبی قرار گرفته یا باید قرار گیرند؛ ولی افرادی که در این فصل، سخنانشان را خواهیم شنید، چنین دیدگاهی ندارند.

در این فصل قـدری بیشتر به مرزهای جریان مـذهبی_ فرهنگی اخیر می‌پردازیم که شامل روندهای متفاوت اوَنجلیسم و هویت معاصر و متـأثر از مفهوم رابطه با سـنت است. البته در رده ای که اکنون بررسـی خواهیم کرد، سـنت به خودی خود به موضوع مهمی تبدیل می شود. در نخستین رده بندی زیر یعنی معتقدان و جویندگان مابعدالطبیعه، چالش بر سر مفهوم مذهب سنتی، به عنصـر هویتی مهمی تبدیل می شود. این موضوع دربارهٔ سکولارها که در انتهای فصل به آن ها خواهیم پرداخت نیز صدق می کنـد. از نظر جزم انـدیشان که در میـانه بحث مطرح می شونـد، سـنت، امری است که بایـد آن را کاملاًـ در بر گرفت و تجلیل کرد؛ پس چیزی که در این جا می بینیم، رده بنـدی های گرایش مـذهبی است. احتمالاً برای افرادی که در این رده ها قرار می گیرند، مفهوم پیشینه و سنت مذهبی باید مهم تر از کسانی باشد که در فصل پیش سخنانشان را شنیدیم. کار

را با مرور کلی پنج رده بندی و آن چه در این مسیر آموخته ایم، پایان خواهیم داد.

معتقدان و جویندگان مابعدالطبیعه

اشاره

معتقدان و جویندگان مابعدالطبیعه

پیش‌تر ضمن بررسی این گروه از مذهبی‌های معاصر، نظر دادم که رابطه آن ها با رسانه ها تفاوت چشمگیری با دیگر رده ها دارد؛ در حالی که رده بندی روف، عملکرد و گرایش به سمت استقلال، جویندگی یا کاوش را بازنمایی می کند. شاید انتظار داشته باشیم که معتقدان و جویندگان مابعدالطبیعه بیش از دیگران از دامنه گسترده منابع نمادین و معنوی در قلمروی رسانه ها استقبال کنند. ویژگی این گروه، جدایی ژرف از نهادهای مذهبی سنتی و فرهنگ مذهبی و یا حتی انتقاد از آن ها است؛ پس می توانیم انتظار داشته باشیم که آن ها در ایجاد و شکل دادن به افکار و احساسات مذهبی و معنوی خود، فعال تر از گروه های دیگر باشند. انتظار می رود آنان عناصری را از طیف منابع مختلف برگیرند که بیشتر از طریق رسانه در دسترس شان قرار می گیرد. آن ها به دور از دخالت مرجعیت کلیسایی یا نهادینه، فعال ترین گروه در مرز بین رسانه ها و مذهب محسوب می شوند.

خانواده استیونز ــ وَن گِلدر

خانواده استیونز ــ وَن گِلدر

ویکی استیوِنز ۴۶ ساله و جین وَن گِلـدر، ۴۴ سـاله زوجی مؤنث، هم جنس گرا و والـدین بِرِت نه ساله هسـتند.(۱) آن ها در شهری کوچک در غرب ایالات متحـده زنـدگی می کنند و در خانه ای چوبی و دو طبقه به سر می برند.(۲) ویکی و جین هر دو مـددکار اجتمـاعی هسـتند، البته جین در کـار معاملات مسکن هم سـرمایه گـذاری می کنـد. آن ها دقیقاً در طبقه متوسط اجتماع جای می گیرنـد و هر یک به تنهایی درآمـد دارند. بِرِت به مدرسه ای ابتدایی و غیرسـنتی می رود با این حال، هفته ای یک بار به مدرسه مذهبی انجمن نوسازی یهود نیز می رود که یکی از اعضایش جین است. ویکی هم به کلیسای علوم مذهبی می رود. بـا وجـود عضویت در سازمـان هـای مـذهبی، ویکی و جین مشـخصاً جوینـده هسـتند و خود را عضو هیـچ سازمـان یا گروهی نمی داننـد. بِرِت به مصـاحبه گر یـادآور می شـود که شایـد این موضوع بسیار نامتعـارف باشـد که یکی از والـدین با مرکزی یهودی ارتبـاط دارد و دیگری به مرکزی مسیحی می رود. ویکی اعـتراف می کنـد که در دوره هـای مختلف به آیین یهود تعلق خاطر داشـته است؛ ولی این علاقه در دوره هایی شـدت و ضـعف یافته، گاهی از بین رفته و بعد دوباره تجدید شده است. وی می گوید:

بله، من از نظر جست وجوی معنویت، التقاطی هستم.

۱- در میـان خـانواده هـای هم جنسـگرا، پـذیرفتن فرزندخوانـدگی کودکان متـدوال است لـذا منظور از والـد بودن زوجی هم جنسگرا (که طبیعتا غیرممکن است) چیزی غیر از این نیست. (م.)

۲- مصاحبه با خانواده استیوِنز ــ وَن گِلدر را لی هود انجام داده است.

به نظر می رسد هر سه نفر آن ها بدون هیچ دغدغه ای از زندگی معنوی خود صحبت می کنند. آن ها زبان معنویت را بر زبان مذهب ترجیح می دهند. دیدگاه های آن ها دربارهٔ ارتباط میان معنویت و سازمان های مذهبی‌شان، نشان‌دهنده نوعی تسامح بین جویندگی مستقل و علاقه به نوعی پس زمینه یا ساختار مذهبی، هر چند به شکل محدود است. آن ها به صورت خانوادگی هم در انجمن نوسازی یهود (ماهی یک بار) و هم در کلیسای علوم مذهبی (به صورت هفتگی) حضور می یابند.

ویکی می گوید:

ما به تمام این مراکز میریم؛ چون هیچ گونه تضادی با هم ندارن. انجمن نوسازی یهود، آزادمنش ترین گروه در آیین یهوده و احتمالاً کلیسای علوم مذهبی هم آزادمنش ترین گروهِ...

بِرت:

آزادمنش ترین گروهِ مسیحیته!

ویکی:

بله! پس اون ها با هم تضادی ندارن.

بِرت:

منظورت از تضاد چیه؟

ویکی:

خُب! مثلاً در کلیسای علوم مذهبی چیزی از مسیح گفته نمیشه. اون ها دربارهٔ خدا صحبت می کنن و عیسی رو معلم می دونن. اون ها عقیده دارن که فقط عیسی پسر خدا نبوده، بلکه همه آدما فرزند خدا هستن و این موضوع با یهودیت تضادی نداره که عیسی رو فردی خردمند معرفی می کنه...

ص: ۴۳۰

بِرِت:

ولی نه!...

ویکی:

نه، جایگاه بسیار خاصی نداره، به طور معمول فردی به شمار میاد که خیلی می دونه.

جین:

توی این مراکز از عیسی حرفی نمی زنن ولی اگر دربارهٔ عیسی با یهودیا صحبت کنید، اون ها میگن معلمی بسیار روحانی و خردمند بوده ولی در واقع ماشیح (ناجی) نیست. این تلقی شبیه....

برای آن ها مهم است که هم یهودیت و هم مسیحیت از دیدگاهی آزادمنشانه مطرح می شوند. این واقعیت که هر دو گروه خود را از مسیحیت سنتی جدا کرده اند، هم از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. بنابراین، این مفهوم که مسیح معلمی بزرگ بود و تنها او منبع بینش نبود، در نظر آن ها اهمیت خاصی دارد. جالب است که بِرِت با وجود سن کم، در گفت وگوهای مادرش دربارهٔ این موضوع‌ها، فرو رفته و به خوبی آن ها را جذب کرده است. ویکی بیشترین توضیح را دربارهٔ گرایش های مذهبی خانواده می دهد. او با تربیت کاتولیکی بزرگ شده است ولی در بیست و چند سالگی کلیسا را رها کرده و تا یک دهه بعد از آن، نیازی به ارتباط مذهبی در خود احساس نکرده است. از نظر او فضای آزاد و بازی که وی در کلیسای علوم مذهبی می یابد، تفاوت زیادی با فضای کاتولیک و دیگر مذهب‌هایی دارد که در سنین جوانی تجربه کرده است. ویکی می گوید:

اون ها رویکرد بسیار آزادی دارن. موضوع به طور کلی اینه که خدا در وجود همه ما زنده است و ناجی خاص، به شکلی که در مسیحیت سنتی مطرح میشه، وجود نداره... اون ها عیسی رو معلمی بسیار خردمند می دونن و البته معتقدن معلمای خردمند دیگه ای هم وجود دارن. هیچ کس هم پسر خدا نیست؛ همه ما فرزندای خداییم. من از این نوع ذهنیت باز خوشم میاد ولی از این که بخوان چیزی رو به من تلقین کنن و بِگَن راه فقط همینه و بس، خوشم نمیاد. در کلیسای علوم مذهبی، مردمی با پس زمینه های مذهبی خیلی متفاوتی حضور دارن. برخی از اون ها با تربیت یهودی بزرگ شدن. وابستگان به تموم فرقه های مسیحی در اون جا حاضر میشن؛ چون فضا بسیار آزاده...من به برخی از کارگاه ها و مراکز تجمع رفتم که در اون ها از روحانیتِ بومیان (سرخ پوستان) آمریکا و روحی که در همهٔ موجودات جاریه، صحبت میشه. فکر کردم: آه، این جا فضای بسیار بازی داره. من از اون خوشم میاد! پس، برخی از مذاهب بشری رو که همون قدر باز و آزاداندیش هستن، بررسی کردم. همگی از وجود خدا در روح و جسم ما تجلیل می کنن. پس از اون، جین علاقه مند شد تا به مطالعه یهودیت بپردازه و ما وارد این مسیر شدیم.

بِرِت از میز غذاخوری مجاور صحبت ما را قطع می کند و می گوید که آن ها مراسم انقلاب زمستانی(۱) را جشن می گیرند. مصاحبه گر می پرسد:

پس شما خود را جزیی از شرکت کنندگان این جشن هم می دانید؟

ویکی:

بله! علاقه اصلی جین همینه ولی همه ما به مراسم شبات(۲) و بعد به کلیسای علوم مذهبی میریم. همگی، یکشنبه ها توی کلیسای علوم مذهبی

۱- Winter Solstice کوتاه ترین روز سال؛ روزی که آب و هوا به دلیل ورود به فصل زمستان تغییر می کند. مشابه شب یلدای ایرانیان است. (م.)

۲- Sabbath: روز تعطیل آخر هفته که در آیین یهود و مسیحیت برای پرداختن به امور مذهبی در نظر گرفته شده است. در یهودیت شبات از جمعه شب آغاز و تا شنبه شب ادامه می یابد و این مراسم نزد مسیحیان تا یک شنبه ادامه می یابد. (م.)

حاضـر میشـیم. در واقع به همهٔ مراکز مذهبی سر می زنیم؛ چون هیچ یک مانع از دیگری نمیشه. در واقع، انجمن نوسازی یهود هم مثل کلیسای علوم مذهبی بسـیار باز و آزاداندیشه. [وی می گوید هر یکشـنبه به کلیسای علوم مذهبی می رود و در مراسـم مذهبی یهود هم شرکت می جوید.]

به نظر می آیـد پرهیز ویکی از مـذاهب محدودکننـده و تمایل او به مـذاهب آزاداندیش و باز، آشـکارا برای او اهمیتی بنیادین داشـته باشـد، موضوعی که هم هویت مـذهبی وی و هم انواع فعالیت های مـذهبی ای را تعیین می کند که دوست دارد خود و خـانواده اش در آن شـرکت کننـد. ایـن موضـوع در مصـاحبه هـای مـا فراوان پیش آمـده کـه دریـابیم معتقـدان و جوینـدگان مابعـدالطبیعه بیشتر از مؤمنان معاصر درباره جنگ های فرهنگی و سـیاست های مـذهبی آگاهی دارند. پس آن ها نقطه مقابل بسـیاری از مؤمنان بازمتولد هستند. ایشان فرهنگ رسانه ها را در حکم زمینه ای می بینند که می توانند متمایز بودن خود را در آن بیان و ترسـیم کننـد. ویکی این تفاوت را از موضع دیگری می بینـد و ایمان مـذهبی خود را تا اندازه‌ای با ویژگی هایی که ندارد، معرفی می کند:

من، مسیحیِ بازمتولد نیستم.

وقتی از او می پرسیم آیا بین مذهب و معنویت تفاوتی می‌بیند پاسخ می دهد:

بله! فکر می کنم معنویت بیشتر به رابطه ما با روح و این که دنیا رو چطور می بینیم، مربوط میشه. به گمونم مذهب مجموعه ای از آیین ها و احکامِی که مردم برای جلو بردن معنویت خود به کار می برن ولی این تنها راه ممکن نیست. خیلی از دست راستی ها و مسیحیان بازمتولدی که می شناسم... اصلاً ویژگی معنوی ندارن. این خیلی بی رحمانه است ولی دربارهٔ خیلی ها که با اون ها برخورد داشتم، برای مثال خواهر خودم، صدق می کنه. خواهری دارم که رفتارش وحشتناکه. اون مدام می خواد به من بگه که چه قدر بد هستم و روش زندگی ام رو محکوم می کنه و مدام از این جور حرف ها می زنه. این نوع برخورد اصلاً معنوی نیست. فکر می کنم معنویت، همه شموله و همه رو به دیده یکسان نیگا می کنه ولی گمون نمی‌کنم دربارهٔ مذهب این جوری باشه.

این تعبیر کلیشه ای از مؤمنان بازمتولد شامل دو تمایز می شود که برای ویکی اهمیت دارند. نخست این مفهوم که معنویت به خودی خود ارزشی مثبت است و مناسب ترین روش برای بیان جویندگی مستقل شمرده می شود. دوم، وی معنویت را زمینه ای بازتر و همه شمول تر از مذهب می داند که همیشه دیدگاه داورانه و اختصاصی دارد. سپس از اعضای خانواده دربارهٔ ارتباط کنونی‌شان با رسانه ها می پرسیم. بِرت پاسخ می دهد که در حال حاضر استفاده از تلویزیون و دستگاه پخش ویدیویی محدود شده و ویکی سیم دستگاه پخش را از برق کشیده است.

مصاحبه گر می پرسد:

چرا این کار را کردید؟

بِرت:

ما فکر کردیم... (به طرف ویکی بر می گردد) چرا نمیگی؟ چون خودت تصمیم گرفتی.

ویکی:

خُب، من فکر کردم... نه تلویزیون به خودی خود، بلکه یکی از وسایلی که به تلویزیون وصله و اسمش نینتِندو، سوپر نینتِندو(۱) است، بیش از حد توجه بِرِت رو جلب کرده و وقت زیادی رو صرف بازی سوپر نینتِندو می کنه.... ما خیلی از برنامه های معمول تلویزیونی رو نمی بینیم پس تصمیم گرفتیم یک ماه اون رو خاموش کنیم و در عوض کارهای دیگه ای رو انجام بدیم.

به هر صورت آن ها دربارهٔ برخورد دینی خود با رسانه ها صحبت و اشاره می کنند که دوست دارند فیلم های خانوادگی را ببینند. آن ها مجموعه ای کوچک از نوارهای ویدیویی دارند که به طور منظم تماشا می کنند. معلوم می شود مشاهده برنامه های تلویزیونی برای آن ها تبدیل به رسمی خانوادگی شده و معمولاً به اتفاق هم (به جز یک‌شنبه شب ها) همیشه یکی از فیلم های والت دیزنی را می بینند. به گفته آن ها یک‌شنبه شب، زمان مناسبی برای تماشای برنامه های تلویزیونی به صورت خانوادگی است.

ویکی:

بله! ما در اتاق نشیمن شام می خوریم که کار نامعموليه. وقتی تلويزيون تماشا می کنیم، شام هم می خوریم. بعدش روی کاناپه دراز می کشیم و به تماشا ادامه میدیم. معمولاً فیلم جالبی در اون ساعت پخش میشه.

جین:

۱- Super Nintendo یک نوع ابزار بازی مانند پلی استیشن است. (م.)

این همون وقتیه که تصور میشه برای تلویزیون تماشاکردن بچه ها وقت مناسبیه. این روزا توی تلویزیون خشونت و چیزایی از این قبیل زیاد دیده میشه که ما از اون ها دوری می کنیم. در چنین مواردی ترجیح میدیم تلویزیون رو خاموش کنیم.

خانواده استیونس ــ وَن گِلدر چندان به تلویزیون و دیگر رسانه ها بدبین نیستند؛ ولی به هر حال برای آن چه تماشا می کنند، معیارهایی دارند و می خواهند نشان دهند که خشونت در تلویزیون و فیلم های سینمایی بیش از صحنه های جنسی آن ها را آزار می دهد. این ممنوعیت باعث شده تا به بِرِت اجازه ندهند که به تماشای برخی از فیلم ها انیمیشنی عامه پسند برود. خانواده های دیگری هم که می خواهند خود را از طرف دست راستیِ جریان فرهنگی متمایز کنند، با دقت دیدگاه خود را دربارهٔ خشونت رسانه ها مطرح می کنند. البته اعتراف می کنم که کمتر در معرض برنامه هایی با مضامین جنسی هستند؛ زیرا مشترک تلویزیون کابلی نیستند. وقتی دربارهٔ معیارهای شان می پرسیم، بِرِت به برهنگی و جملات رکیک اشاره می کند ولی جین و ویکی بی درنگ بحث را به خشونت برمی گردانند. بِرِت می گوید:

اگر فیلمی درجه بندی X(۱) داشته باشه و آدم ها در اون برهنه باشن... یا فیلم هایی که درجه بندی R(۲) دارند؛ چون حرف های زشتی در اون ها زده میشه.

جین:

۱- X-rated: درجه بندی فیلم هایی که صحنه های برهنگی و هرزه نگارانه نمایش می دهند. (م.)

۲- R-rated: درجه بندی فیلم های ترسناک و خشن. (م.)

بِرِت هرگز چنین چیزایی رو ندیده؛ ولی فیلم رنجر تگزاس(۱) با شرکت چاک نوریس رو دیده. من با تماشای این جور فیلم ها مخالفم. نمی دونم چرا با وجودی که این ها خشن هستن، هنوز پخش میشن.

مصاحبه گر:

پس علت اصلی پرهیز شما از تماشای این فیلم، خشونت است؟

جان و بِرِت هر دو می گویند: بله!

جین:

من به هیچ وجه نمی پسندم که بچه هایی توی این سن و سال، صحنه های جنسی ببینن؛ البته ما تلویزیون کابلی هم نداریم و یکی از دلایلی که ما مشترکِ تلویزیون کابلی نیستیم، پخش فیلم های زیادی با درجه بندی R از شبکه های کابلیه.

بِرِت:

سه برنامه خوب از اون جا پخش میشه و بقیه درجه بندی R دارن.

ویکی:

به علاوه ما اون قدر تلویزیون نمی بینیم که بخواهیم برنامه های تلویزیون کابلی رو هم مشترک بشیم. منظورم اینه که ما اخبار و گاهی یک فیلم می بینیم که وقتش هم یکشنبه شبه. توی بقیه موارد ما زیاد تلویزیون تماشا نمی کنیم.

دغدغه آن ها دربارهٔ رسانه های خشن حتی به برنامه های خبری محلی نیز سرایت کرده است. برنامه هایی که آن ها به قول ویکی تقریباً هر شب

۱- Texas Ranger Walker, سریالی که از سال ۱۹۹۳ تا ۲۰۰۱ (در ۲۰۳ قسمت ۴۵ دقیقه ای) پخش شد. محوریت داستان بر دو شخصیت به نام های واکر (با بازی چاک نوریس) و تریوت از سواره نظام تگزاس قرار داشت که شغلشان مبارزه با جنایت در تگزاس و نواحی اطراف آن بود. (م.)

برای با خبرشدن از آخرین اوضاع تماشا می کنند.(۱) ولی آن ها اخبار آخر شب را تا حدی به این دلیل می بینند که بعد از ساعت خواب بِرِت آغاز می شود. جین می گوید:

یکی از علت هایی که نمی خوام بِرِت اخبار اون ساعت ها رو ببینه اینه که، دوست ندارم احساس کنه جهان تا این اندازه که نشون داده میشه، خشنه. منظورم اینه که گاهی پای اخبار می شینیم و اخباری رو دربارهٔ قتل... این که سه بچه تیر خوردن و دو تا بچه در هنگام رانندگی مست بودن و دچار سانحه شدن، می شنویم.

ویکی:

تازه خبرهای مربوط به اون تجاوزگر هم هست... چه کسی می خواد بچه ها این چیزها رو ببینن.

جین:

بعضی وقت ها این طوره که... سه قتل، سه عمل خشن پشت سر هم نمایش داده میشه. درسته که این اتفاق‌ها خارج از محل زندگی ما می افتن ولی ما سعی داریم به بچه‌ها بگیم بیشتر مردم خوب هستن، در حالی که برنامه های خبری نشون نمیدن که بیشتر مردم خوب هستن یا کارهای مثبتی انجام میدن. برنامه های خبری تحریف شدن.

پس استنباط اصلی آن ها از خشونت تلویزیونی، بر مبنای ترس از این موضوع که بِرِت رفتار خشن را تقلید کند ایجاد نشده است ـ نکته ای که از موضوع‌های اصلی بیشتر پژوهش های مربوطه است ـ بلکه دربارهٔ آموزش ارزش ها در روابط انسانی معاصر است. آن ها نمی خواهند

۱- برای مطالعه بحثی کامل دربارهٔ چگونگی استفاده خانواده استیونزـ وَن گِلدر از اخبار محلی، نگاه کنید به: (Hood(۲۰۰۱

بِرت دنیا را جایگاهی خشن بداند یا مکانی که خشونت، رفتاری هنجاربخش دانسته شده است. جین و ویکی دغدغه موضوعی را نیز در برنامه های تلویزیونی دارند، که البته دغدغه عمومی نیست؛ بلکه کلیشه نقش جنسیتی است که در بسیاری از برنامه ها دیده می شود. وقتی به این مضمون در فیلم های والت دیزنی می رسیم که تمام خانواده با هم تماشا می کنند، جین می گوید:

من به اندازه بِرت و ویکی اون ها رو تماشا نمی کنم. مثلاً یکی از آخرین فیلم هایی که از شرکت دیزنی دیدم، دیو و دلبر(۱) بود. من از این فیلم متنفرم. این فکر که شخصیت اصلی زن فیلم، اسیر و بعد عاشق مردایی میشه که اون رو اسیر کردن و می تونن از اون سوءاستفاده کنن، برام ناراحت کننده است. ما خیلی دربارهٔ مضمون دیو و دلبر صحبت کردیم و این که... چقدر به نظرم مضحک میاد!

مشخص است که جین خود را در برابر استفاده بِرت از رسانه ها جدی تر و هوشیارتر می داند. او فعالانه فیلم ها و نوارهای ویدیویی خریداری شده را می بیند و می گوید که بیش از ویکی به محتوای فیلم هایی که قرار است با بِرت ببیند، توجه دارد. گرچه نمی خواهد بگوید که با ویکی بر سر مسائل بنیادین اختلاف دارند؛ زیرا او و بِرت را مصرف کنندگان اصلی برنامه های رسانه ای در خانه می داند. وقتی جین با پرسش کلی ما روبه‌رو می شود، پاسخی می دهدکه بازتاب نظریه‌های خانواده بازمتولد میلیکِن و خانواده مؤمن معاصر اَلِن است: این فکر که

۱- Beauty and the Beast انیمیشنی به کارگردانی کرک وایز و گری تراوزدیل. محصول ۱۹۹۱ آمریکا. (م.)

پـدر و مـادر مؤظفنـد به بچه هـا امکـان انتخـاب فردی در برابر رسـانه هـا را بدهنـد، نه آن که نقش سـانسورچی یا کنترل چی محتوای آثار رسانه ای را بر عهده گیرند؛ البته تفاوت آن ها بیشتر به نوع محتوای برنامه ها بر می گردد.

جین:

من واقعاً... دوست داشـتم فیلم های مفیـد و مثبت بیشتری ساخته می شد. به نظر میاد توی فیلم های کنونی خیلی روی خشونت تاکید میشه. منظورم اینه که فکر نمی کنم برای بِرِت مناسب باشه که فیلم های جنسـی ببینه ولی باز ترجیح میدم این ها رو ببینه تـا صـحنه هـای خشن... فکر می کنم... اون نمی خـواد تلویزیون رو روشن کنه و بـبینه که فیلم خشـنی نشون داده میشه ولی به گمونم توی چنـد سـال آتی این موضوع مهم تر بشه. هنگـامی که دوسـتانش به دیـدن فیلم های اکشن میرن، موضوع جـدی‌تر میشه، شاید هم نشه ولی منظورم اینه که ارزش های اون در پرهیز از خشونت بسیار خصوصی و حفاظت شده است.

رسانه ای که آن ها بیش از هر چیز دربارهٔ بِرِت به آن حساسـند، بازی های ویدیویی است. بِرِت به شدت به بازی نینتِندو علاقه دارد. وی در حال حاضـر فقط می تواند سه ساعت و نیم در هفته به کار غیرآموزشی با رایانه بپردازد. این موضوع مسلماً باعث ایجاد تنشی در خانواده شده است، ولی جین قصد دارد سخت پای این موضوع بایستد. وقتی او و ویکی ترجیح می دهند رابطه بِرِت با رسانه ها را بر اساس مهارت فزاینده در انتخاب برنامه بدانند، جین احساس می کند که رسانه بازی های ویدیویی، تأثیر مستقیمی بر بِرِت می گذارد. جین بیش از ویکی دغدغه رابطه خانواده با فرهنگ گسترده تر را دارد. وی از این نظر

که خانواده اش خارج از جریان اصلی فرهنگ آمریکایی قرار دارند، با مسیحیان بازمتولدی که با آن ها مصاحبه کردیم، وجه اشتراک دارد. علت این امر، فقط هم جنس گرابودن والدین خانواده نیست. در این مرحله، افکار او شبیه خانواده هایی است که از نظر مذهبی سخت گیر هستند. به گمان او فرهنگ و انتخاب رسانه ها، یکی از شاخص های مهمی است که نشان می دهد فردیت و ارزش های فردی در محیط فرهنگی ــ رسانه ایی که حالت تحمیل گرانه ای دارد، تضاد پیدا می کند. جین می گوید:

مسلماً نمی خواهم خیلی از چیزهایی که بیرون توی فرهنگ و رسانه ها وجود داره، به حریم خونه بیارم. به نظر میرسه که لازمه تغییر زیادی توی رسانه ها انجام بشه. من دوست دارم سازمانی برای انجام این تغییرات تأسیس بشه و خودم هم به عضویتش دربیام؛ چون گرچه احساس می کنم حداقل در محیط خانوادگی ام می تونم کارهایی انجام بدم، ولی فکر می کنم موضوع شدیدتر از اینه و می خوام فکری به حالش بکنن. فکر می کنم خیلی از مردم هم با من موافقن، ولی هیچ کدوم نمی دونیم چه کار باید بکنیم. طبیعتاً عده بسیار زیادی از مردم به سینما میرن، بازی های ویدیویی رو می خرن و کارهای از این قبیل انجام میدن. بنابراین گمان می کنم استقبال مردم از این ها بیش از چیزیه که من بتونم با اون کنار بیام، در واقع احساس می کنم جدا ایستادم و نمی خوام از چیزایی استقبال کنم که عموم مردم در این زمینه می پسندن.

مانند بیشتر والدینی که از جنبه اجتماعی محافظه کارند، جین فشار رسانه های فراگیر و همه جا حاضر را احساس می کند و می خواهد از تأثیرهای شان دور بماند. جین به روشی خاص درمی یابد که خانواده او از

نظر نگرش به رسانه ها یا رفتارهای رسانه ای با بسیاری از خانواده های دیگر تفاوتی ندارد. شاید این شباهت برای او آرامش بخش باشد. وقتی می پرسیم آیا فکر می کند چیز ناخوشایندی در رفتارهای رسانه ای خانواده اش وجود دارد، پاسخ می دهد که به استثنای فیلم هایی که شاید مضامین هم جنس گرایانه داشته باشند، خانواده مشکلی در تماشای بقیه برنامه ها ندارند.

جین:

برخی از افرادی که با اون ها کار می کنم... جهت گیری مذهبی شدید تری دارن و فکر می کنم برای برخی از اون ها مضمون هم جنس گرایی خوشایند نباشه. پس تماشای فیلمی با این مضمون حتی اگر هم صحنه های جنسی یا خشن نداشته باشه، برای اون ها دلچسب نیست ولی به طور کلی بقیه با بیشتر برنامه هایی که ما می بینیم، مشکل ندارن.

مصاحبه گر:

فکر می کنید اعتقادات معنوی شما بر انتخاب برنامه های رسانه ای و قواعد استفاده از رسانه ها تأثیر می گذارد یا نه؟

جین:

می خواهید بدونید عقاید من بر چیزایی که برای تماشا انتخاب می کنم، تأثیر داره یا نه؟ بله! منظورم اینه که ما از تماشای صحنه های خشن پرهیز می‌کنیم و نظام اعتقادی ما به طورکامل با خشونت منافات داره. به خاطر همین چنین چیزهایی رو برای تماشا انتخاب نمی کنیم. به علاوه، نمی خوام برنامه بیلی گِراهام(۱) یا چیزی شبیه اون رو هم ببینم (می خندد).

۱- William Franklin "Billy" Graham, Jr تله ونجلیست مشهور آمریکایی که متولد سال ۱۹۱۸ است. او مشاور مذهبی چندین رییس جمهور آمریکا بوده است. او جزو باپتیست های جنوبی است. وی به واسطهٔ موعظه های رادیویی و تلویزیونی اش و نقش پررنگ در تصمیم گیری های سیاسی و مذهبی دولت های آمریکا شهرت دارد. وی در سال ۲۰۰۷ همسرش روت گراهام را از دست داد. وی از تنها همسرش ۵ فرزند دارد که برخی از آن ها چون فرانکلین در راه پدر قدم گذارده اند و درصدد گسترش مسیحیت در جهان هستند. (م.)

ویکی دربارهٔ گرایش کلی به رسانه ها با جین موافق است (او بخش زیادی از برنامه های رسانه ای را بد، منفی، خشن و استثمارگرانه می داند) هم‌چنین، بر سر این موضوع با وی توافق دارد که اگر ارزش های خانوادگی خود را با معیار رسانه ها بسنجند، بیشتر آن ها خارج از چهارچوب کلی فرهنگ حاکم قرار می گیرند. ویکی نتیجه گیری می کند:

جامعه ما داره به ورطه سقوط میره.

وی هم‌چنین عقیده دارد این واقعیت که والدین خانواده هم جنس گرا هستند، تأثیر زیادی بر نگرش آن ها به فرهنگ رسانه ها نگذارده است. ویکی می گوید:

به نظرم، موضوع مهم تر از ارزش های ماست. اگه ما والدینی ناهم جنس گرا(۱) بودیم، باز هم این ارزش ها و خوشبختانه همین حساسیت ها رو داشتیم.... ما دوستانی داریم که ناهم جنس گرا هستن، ولی افکارشون بسیار شبیه ماست. ما همون بحث ها رو داریم و اون ها هم از موضوع‌های تبعیض اجتماعی و جنسیتی جامعه خبر دارن، همون برنامه هایی رو تماشا می کنن که ما می بینیم و با بقیه شون کاری ندارن.

چنان که مشخص است، ویکی اشاره می کند که گرچه وی و خواهر مسیحی بازمتولدش بر سر خیلی از مسائل تفاهم ندارند، هر دو می پذیرند که برنامه های خشن تلویزیونی برای کودکان نامناسب است. از نظر جین و ویکی اعتقادها و رویکردهای آنان در برابر رسانه ها، با گفتمان های عمومی تری دربارهٔ نقش و ارزش های والدین در جامعه

۱- heterosexual

مرتبط می شود. وی می گوید:

فکر می کنم ما دوست داریم خودمون رو متعلق به بخش بزرگ تری از جامعه بدونیم و مایلیم ما زو به همین صورتی که هستیم، بپذیرن.

جین و ویکی هر دو در شناخت و پذیرش رسانه های خاصی که از جنبه مذهبی یا معنوی با اعتقاداتشان سازگار باشد، تلاش فراوانی به خرج داده اند. مانند بسیاری از افراد دیگری که با آنان مصاحبه کردیم، آن ها نیز به سختی می توانند چنین ارتباطی برقرار کنند. به نظر ویکی، اعتقادات آن ها بر نوع فیلم هایی که تماشا می کنند تأثیر می گذارد. وقتی می پرسیم آیا فیلم ها و آثار رسانه ای دیگر را به دلیل معنویتشان انتخاب می کنند یا خیر، وی می گوید:

من فیلم هایی رو دوست دارم که مضمون معنوی دارن. وقتی برای کرایه فیلم های ویدیویی میریم یا برای تماشای فیلم عازم سینما میشیم، دنبال فیلم هایی می گردیم که چنین مضمونی دارن. منظورم اینه که فیلم های مورد نظر ما به روابط انسانی می پردازن، حال فرقی نمی کنه رابطهٔ بین خود انسان ها باشه یا با زمین یا معنویت و چیزای دیگه. ما بیشتر به این نوع مضامین علاقه مندیم. بله! ما چنین فیلم هایی رو دوست داریم.

خانواده استیونز_ وَن گِلدر افکار آشکاری درباره رسانه ها دارند. آن ها از رسانه های خشن می پرهیزند، از نظر ایشان انتخاب محتوای رسانه ای باید در چهارچوب جنگ های فرهنگی ای انتخاب شود که مبنای مذهبی دارد؛ البته کل خانواده از تماشای آثار رسانه ای لذت می برند، حتی برای تماشای هفتگی آن، نوعی مراسم دارند. آن ها در مقام والدینِ کودکی خردسال، نگرش های خود را در برابر رسانه ها کاملاً متعارف می دانند. در عین حال، با خانواده های دیگر رده بندی های روف هم عقیده اند که در

خارج از محیط خانه جریانی فرهنگی متکی بر رسانه ها وجود دارد که بعضاً با ارزش های آن ها سازگار نیست. جین و ویکی می خواهند پسرشان مهارت های خاص خود را در استفاده از رسانه ها توسعه دهد و او را در این روند هدایت می کنند. البته عرصه ای وجود دارد که برای آن ها دغدغه ایجاد می کند: میزان زمانی که صرف استفاده از رسانه ها می شود و جای فعالیت های مثبت یا آموزشی را می گیرد. آن ها از والدینی که دغدغه چنین موضوعی را ندارند، انتقاد می کنند. جین می گوید:

فکر می کنم رسانه تاثیر مهمی توی زندگی خیلی از مردم داره. به گمونم مردم وقت زیادی رو برای تماشای تلویزیون صرف می کنن.

مصاحبه گر:

آیا چنین افرادی را می شناسید؟

جین:

بیشتر افرادی که می شناسم، سعی دارن محدودیت هایی برای تماشای تلویزیون توی خونه هاشون اعمال کنن... زمانی بود که بِرت خیلی از تماشای ویشبُن خوشش می اومد. این برنامه سه بار در روز پخش می شد و چیزی حدود یک ساعت و نیم وقت می گرفت. از طرفی قبلاً بیشترِ اون ها رو دیده بود. قسمت های مختلف این برنامه مدام تکرار می شد. فکر می کنم برای مردم خیلی رغبت برانگیزه که جلوی تلویزیون بنشینن، خودشون رو سرگرم کنن و خلاق نباشن.

مصاحبه گر:

آیا خودِ مجموعه ویشبُن خوب و مناسب است، یا مشکل شما فقط مدت زمانی بود که بِرت صرف تماشای آن می کرد؟

جین:

بله! فکر می کنم برنامه خوبیه ولی خیلی وقت ها بِرِت تلویزیون رو روشن و وقت زیادی صرف تماشای اون می کرد.

این موضوع نشان‌دهنده برداشت این خانواده از کاربرد رسانه ها، چه دربارهٔ مجموعه های آموزشی مانند ویشبُن یا بازی ویدیویی، در حکم عاملی است که بالقوه می تواند ذهن کودک را از آموزش، روشن گری و خلاقیت دور کند.

گرچه آن ها تأکید زیادی بر این موضوع نمی کنند که رسانه های صفحه ای کم ارزش تر و انحرافی تر از دیگر رسانه ها به ویژه کتاب هستند ولی از فحوای کلامشان می توان چنین چیزی را استنباط کرد. والدین هر دو از کتاب و خواندن استقبال می کنند و معتقدند که در زندگی‌شان کتاب از جنبه معنوی، بسیار مهم تر از فیلم (سینما) یا تلویزیون است. بدین ترتیب، آن ها به افراد هم طبقه اجتماعی و تحصیلی خود نزدیکند، چنان که پذیرش نگرش های مرتبط با سلسله مراتب فرهنگی دربارهٔ رسانه ها رایج تر می شود.

خانواده تِیبِر_ کالینز

خانواده تِیبِر_ کالینز

سارا تِیبِر ۴۱ ساله همراه با سه دخترش سامانتا کالینز هفده ساله، کریستین کالینز چهارده ساله و کلوئه کالینز سیزده ساله(۱) در شهری متوسط در غرب ایالات متحده زندگی می کنند. درآمد سالانه او کمتر از ۲۵ هزار دلار است؛ ولی آن ها در خانه ای مناسب، زندگی آسوده ای را

۱- مصاحبه با خانواده تِیبِر_ کالینز را آنا ماریا روسو انجام داده است.

می گذارانند. خانواده تِیبِر_کالینز، بودایی هستند و خانه شان یک محراب و نمادهای دیگر اعتقاداتشان را دارد.

وقتی از سارا می پرسیم آیا از مذهب دیگری برگشته و بودایی شده، سارا پاسخ می دهد که، در خانه ای با گرایش مذهبی ضعیف بزرگ شده است، اگر اصلاً بشود گفت چنین گرایشی وجود داشته است. او می گوید:

من کاملاً با تربیت الحادی بزرگ شدم.

وی ادامه می دهد:

پدرم کافر بود. خودم هم ندانم گو (لاادری) بودم.

سارا اظهار می دارد که از نظر وی بودیسم در حقیقت مذهب نیست:

منظورم اینه که اون رو بیشتر به منزله نوعی تمرین معنوی روزمره می بینم تا مذهب. البته به گمانم واقعاً مذهبه، سازمان و تشکیلاتی داره... این سازمان در سراسر جهان گسترش یافته و یکی از سازمان های قوی صلح طلبه که از خشونت انتقاد می کنه، اون ها آدم های مثبت و همراهی هستن و در حقیقت، معنای انسانیت هم همینه.

مصاحبه گر:

ولی اگر کسی از شما بپرسد....

سارا:

که آیا من خیلی مذهبی‌ام؟

مصاحبه گر:

چه نوع مذهبی دارید؟ شما خواهید گفت....

سارا:

احتمالاً میگم که بودایی ام!

سارا می گوید که دخترها برخلاف او مدام به این جا و آن جا سرک می کشند. مادربزرگِ پدری آن ها، زن مسیحی بسیار قدرتمندی است، پس آن ها تحت تأثیر مسیحیت هم قرار دارند.

به هر حال، اعضای خانواده هفته ای یک بار به مرکزی بودایی در محل زندگی‌شان برای مدیتیشن (مراقبه) می روند و این منظم ترین فعالیت مذهبی یا معنوی آن ها در اجتماع است. از یک سو آن ها در عملکردهای خود به منزلهٔ بودایی های آمریکایی بسیار متعارف و قراردادی هستند؛ از سوی دیگر به طورکلی در رده معتقدان و جویندگان مابعدالطبیعه قرار می گیرند.(۱) با توجه به خوانش ما از آثار روف، انتظار داریم خانواده های این رده از نظر سلیقه و رفتار رسانه ای نامتعارف باشند. اگر قلمروی رسانه ها منابع لازم برای جویندگی را فراهم نمی آورد، انتظار می رود این خانواده ها علاقه خود را به جویندگی از طریق تعامل و با استفاده از رسانه ها بیان کنند. وقتی از آن ها می پرسیم که آیا برنامه هایی را به طور منظم می بینند، این چنین پاسخ می دهند:

کلوئه:

ما پنج‌شنبه ها مجموعه دوستان(۲) رو می بینیم.

۱- این موضوع شکافی را در رده بندی روف و استنباط ما از ماهیت گرایش مذهبی جویندگان آشکار می سازد. به طور معمول، مسیحیانِ سابق متولد ایالات متحده که بودایی می شوند، یا به مذهبی غیرغربی می گرایند، به خوبی عملکرد جویندگی را نشان می دهند. ما همیشه چنین عنوانی را دربارهٔ پروتستان هایی که کاتولیک می شوند و مسیحیانی که یهودی می شوند یا غیره به کار نمی بریم.

۲- ۳.Friends یکی از مشهورترین سریال های جهان که قریب به بیش از ده سال ساختن و نمایش آن به طول انجامید. جنیفر آنیستن (همسر پیشین برد پیت و بازیگر مشهور سینمای آمریکا) عملا با این فیلم معرفی شد. این فیلم داستان زندگی چند دوست است که در بطن این سریالِ کمدی نقبی به وضعیت اجتماعی و فرهنگی جامعهٔ آمریکا زده می شود. سریال موفق پاورچین و نقطه چین به کارگردانی مهران مدیری را می توان نمونهٔ ایرانی آن دانست. (م.)

سامانتا:

و خانواده سیمپسِن.

کلوئه:

و خانواده سیمپسِن... ویل و گریس.(۱)

سامانتا:

بله، ویـل و گریس. ما گاهی برنامه های MTV و برنامه های شـبکه های BET(۲) وComedy Central رو هم تماشا می کنیم.

کریستین:

بعضـی وقت ها برنامه هایی پخش میشن که همه می خواهیم ببینیم، تعدادی نماهنگ یا چیزهایی که خودم به تنهایی تماشا می کنم.

مصاحبه گر:

آیا برنامه ای هست که بخواهید روی نوار ضبط کنید؛ چون فرصت دیدنش را ندارید و نمی خواهید آن را از دست بدهید؟

کلوئه:

دوستان.

مصاحبه گر:

شما ضبطش می کنید؟

کلوئه:

بله! وقتی نمی تونیم اون رو در شب ببینیم، ضبطش می کنیم.

۱- Will and Grace سریالی که از سال ۱۹۹۸ تا ۲۰۰۶ در ژانر کمدی پخش شده است. ویل، وکیلی شوخ وشـنگ است در حـالی که گریس یـک طراح دکوراسـیون داخلی رُک است. آن ها دو دوست خوب هسـتند که در یک آپارتمان در شـهر

نیویورک زندگی می کنند. وقایع سریال حول این دو نفر و دوستان شان می گذرد. (م.)

۲- Black Entertainment Television

آن ها همراه با تجربه‌های آیینی در تماشای تلویزیون، مجموعه ای از نوارهای ویدیویی دارند و می گویند فیلم محبوب همیشگی‌شان گوجه فرنگی های سبز سرخ کرده(۱) است. سارا هم‌چون بسیاری از مؤمنان معاصر و برخلاف بسیاری از مسیحیان بازمتولد، عقیده دارد که مهم ترین دغدغه درباره تلویزیون یا دیگر رسانه ها خشونت است. سارا هم‌چون والدین دیگر می گوید که افکار او دربارهٔ رسانه های مناسب به صورت مجموعه ای از قواعد یا اعمالی رمزگذاری شده که دخترانش آن ها را درک و دنبال می کنند. وی به ویژه یادآور می شود که تماشای مجموعه بافی خون آشام کش(۲) را کنترل و محدود کند. علت امر بیش از آن که به مضامین جنسی سریال مربوط باشد ناشی از صحنه های خونریزی و کشت و کشتار آن است.

وقتی دربارهٔ نمونه های دیگر می پرسیم، سارا پاسخ می دهد:

پروند ه های مجهول، از اون هم خوشم نمیاد. وحشتناک بود.

کلوئه:

و فرشته.

مصاحبه گر:

این برنامه ها علمی_تخیلی هستند.

سارا:

۱- Fried Green Tomatoes فیلمی به کارگردانی جان اِیونت و با بازی کتی بِیتس که در سال ۱۹۹۱ پخش شد. فیلم با محوریت دو زن روایت می شود: زنی خانه دار که از زندگی خود خوشحال نیست و در آسایشگاه سالمندان همدم زنی پیر شده است که داستان هایی زیبا تعریف می کند. (م.)

۲- Buffy the Vampire Slayer سریالی که از سال ۱۹۹۷ تا ۲۰۰۳ در ژانر اکشن/درام/فانتزی و در ۱۴۴ قسمت ۴۴ دقیقه ای ساخته و پخش شد. این سریال الهام گرفته از فیلمی با همین نام بود که موضوع آن برمی گشت به وظیفهٔ یک دختر برای مقابله با خون آشام ها و نجات بشریت. (م.)

نه! فقط میشه گفت که، خشونت با صحنه های جنسی زیادی در اون ها ترکیب شده.

مصاحبه گر:

آیا صحبت دربارهٔ شیطان، فرشتگان، خون آشام ها و امور مابعدالطبیعه شما را آزرده است ؟

سارا:

نه! صحنه های خونریزی در اون زیاده. این سریال هیچ چیز برای من نداره. در حقیقت با کارهایی که شخصیت های اون انجام میدن، موافق نیستم.

البته سارا در عین حال نمی خواهـد او را به گونه ای تصور کنند که انگار به شدت می خواهد جلوی تماشای آثار رسانه ای را بگیرد. موضوع فوق با این مفهوم مقارن می شود که خانواده تِیبِر ــ کالینز با خشنودی به تماشای تلویزیون و آثار رسانه ای می نشینند. سارا می گوید:

منظورم اینه که در بعضی موارد محدودیت قائل میشن ولی این ها زیاد نیستن. من احتمالاً... بیشتر فیلم های تولید شده با درجه بندی R از نظر من ارزش تماشا نـدارن ولی دربارهٔ این دو تا (به کریستین و کلوئه اشاره می کند) نظارت بیشتری لازمه. با این حال، به نظرم سامانتا اون قدر بزرگ شده که بتونه خودش تصمیمات مناسب بگیره.

مصاحبه گر:

بسیار خب. آیا برنامه تلویزیونی ای هست که همه شما از آن متنفر باشید؟

سامانتا:

نه!

خانواده تِیبِر ــ کالینز برنامه های تلویزیون را زیاد می بینند. دخترها

فهرستی از برنامه ها و شبکه هایی فراهم آورده اند که معمولاً تماشا می کنند؛ البته از نظر آن ها و سارا، نکته مهم این است که در مقام مقایسه بگویند که خانواده از رسانه ها اشباع نیست.

مصاحبه گر:

پس، از دیدگاه یک فرد خارج از محیط خانواده، شما چندان علاقه مند به رسانه ها نیستید؟

سارا:

بله!

مصاحبه گر:

(خطاب به دختران) شما هم در مقایسه با دوستان تان به همین موضوع فکر می کنید؟

سامانتا:

بله! خیلی. چون خیلی از دوستان من وقتی به خونه میرن، ساعت ها پای تلویزیون می شینن. منظورم اینه که ما در مدرسه آماری گرفتیم تا ببینیم که چقدر تلویزیون تماشا می کنیم. بعضی از بچه ها هر روز تا چهار ساعت تلویزیون می بینن؛ ولی من خودم هر دو هفته چهار ساعت تلویزیون تماشا می کنم. انگار که اصلاً تلویزیون نمی بینم. وقتی تلویزیون تماشا می کنم، خسته میشم.

مصاحبه گر: (خطاب به کریستین)

شما چه می گویید؟ دوستان شما نیز همین قدر پای تلویزیون می نشینند؟ دوستان تان بیش از شما از رایانه استفاده می کنند؟

کلوئه:

بله! همین طوره.

اعضـای خـانواده دوست دارنـد طوری از رسـانه هـا سـخن بگویـد که گویی هر وقت بخواهنـد سـراغشان می رونـد و هر وقت نخواهنـد کنارشان می گذارنـد. آن ها به طور منظم برنامه های رسانه ای را تماشا می کنند؛ ولی برای شان مهم است که خود را متمایز از دیگران، خانواده هایی که از رسانه ها اشـباع شـده انـد، به شـمار آورنـد. سارا دغـدغه ای را که پیش‌تر در جاهای دیگر شـنیدیم دربارهٔ محتوای رسانه ها بیان نمی کند (به جز درباره محتوای خشن) آن ها نیز مانند خانواده استیونز_ وَن گِلدر بیشتر دغدغه زمانی را دارند که صرف تماشای تلویزیون می شود و نه تأثیرهای محتوایی و ارزش هایی که ارائه می دهد. این دیـدگاه بیش از آن که اخلاقی باشـد، متفکرانه است. بایـد گفت کشف این موضوع نزد خـانواده هـای غیرسـنتی و جوینـده، چندان هم غافلگیرکننده نیست.

چند خانواده دیگر

چند خانواده دیگر

برخی از این مضامین، در مصاحبه با دیگر خانواده های رده معتقـدان و جویندگان مابعدالطبیعه بازتاب می یابد. مارک پرایس و گابریـل بِنو، زوجی هم جنس گرا هسـتند که بـا دختر یازده ساله شان، لیزت در حومه یکی از شـهرهای آمریکا زنـدگی می کنند.(۱) هر سه نفر آن ها دیدگاه هایی

۱- مصـاحبه بـا خانواده پرایس _ بنو را لی هود انجام داده است. وی با آن ها دربارهٔ رسانه ها و وظایف پـدرانه صـحبت کرده است. هم چنین بنگرید به: اشـباح، ارواح، شوارتزنگر: تماس کودکان با خدا در فرهنگ رسانه ای شده. لی هود. شهریار وقفی پور. ماه نامهٔ رواق هنر و اندیشه. شـمارهٔ ۳۵. مرکز پژوهش های اسـلامی صدا و سیما. قم. خرداد ۱۳۸۷ (م.) هم چنین بنگرید به: "Fitting in the with the Media: The Price-Benoites and the Franzes".chapter ۸ of (Hoover et al (۲۰۰۴

درباره مـذهب و معنویت مطرح می سازنـد که به رده جوینـدگی مابعدالطبیعـهٔ روف مربوط است. مارک عقیـده دارد مذهب، بیشتر به انتخاب فرقه ای مذهبی مربوط می شود. لیزت موافق است:

دور و بر خودتون انواع و اقسام عقایـد رو پیـدا می کنیـد. از نظر من مذهب اینه. معنویت رابطه شـما با خداونده و از نظر من به معنای رابطه با دنیاست.

وی ادامه می دهد:

معنویت ایمان به خودتونه و این ایمان لزوماً نباید به مذهب باشه.

کاربردها و رفتارهای رسانه ای بخش مهمی از هویت را برای خانواده پرایس ــ بِنو تشـکیل می دهـد. رسانه ها نقش مهمی در زنـدگی خانوادگی آن ها و در خودبیانگری های آنان در قالب خانواده دارند. در عین حال، برای آن ها مهم است که خود را در قیاس با دیگر خانواده ها، خانواده ای توصـیف کننـد که کمتر برای فرزنـدان محدودیت به وجود می آورند. همکار من لی هود، در تحلیل رفتارهای رسانه ای این خانواده می گوید:

گرچه آن ها می گوینـد که گاه و بی گاه تلویزیون و دیگر رسانه ها را تماشا می کننـد، به نظر می آیـد رسانه ها به ایشان این امکان مهم را می دهند تا بتوانند خود را در چهارچوب فرهنگ خانواده آمریکایی ببینند.(۱)

البته آن ها در این رونـدِ فرهنگ آمریکایی، دوست دارنـد خود را در موضع دست چپی و متمایز از خانواده های اخلاق زده یا محدودکننده به شمار آورند. مارک به هود گفته است:

ما قواعد بسیار کمی داریم. لیزت قواعدی برای خودش گذاشته که از

۱- Hoover et al (۲۰۰۴), P.۱۴۴

اون چه ما گفتیم، بیشتره.

لیزت ادامه می دهد:

من فیلم هایی می بینم که صحنه های خونین نشون میده یا برنامه های خبری که صحنه های جنگ و کشتار داره ولی اگر از حد بگذره، من دیگه تماشا نمی‌کنم. والدین من واقعاً کاری ندارن که چه چیز تماشا می کنم تا وقتی که پرسشی برا من پیش بیاد و بخوام با اون ها صحبت کنم. می تونم هر وقت دلم بخواد، بلند شوم و بِرَم. احساس نمی کنم مجبورم اون جا بمونم. در این کار یک جور نظم دارم. پس اون ها هم به من اعتماد می کنن.

با توجه به این که محتوای برنامه های رسانه ای، عنصر مهمی در خودبیانگری افراد خانواده است، این فکر که می توان به لیزت اعتماد کرد تا خودش برنامه ها را برای تماشا انتخاب کند، اهمیت خاصی می یابد. گابریل می گوید:

البته موضوع اصلی اینه که لیزت می دونه چه برنامه هایی پخش میشه. اون می دونه که ما چه چیزهایی رو نمی خواهیم ببینیم و این که نمیشه همیشه خود رو از برنامه های مضر در امون نگه داشت.

مهم تر از مسئله انتخاب های خاصی که لیزت انجام می دهد، مفهوم تمایز اجتماعی است که آن ها می خواهند به وسیله استفاده از رسانه ها آن را تأیید کنند. به نظر می آید تمایز مورد نظر آن ها بیش از آن که مربوط به هم جنس بودن والدین باشد، به طبقه اجتماعی‌شان برمی گردد. گابریل می گوید:

شاید بقیه مردم کارهایی انجام بدن که ما انجام نمیدیم. شاید بعضی کارها برای بعضی افراد مناسب باشه ولی برای ما معنایی نداره.

استنباط آن ها از خود که رنگ مذهبی دارد، باعث می شود دربارهٔ

چگونگی و زمان ورود مذهب به رسانه ها و استفاده از رسانه ها درک خاصی داشته باشند. وقتی می پرسیم آیا هنگام تماشای تلویزیون دربارهٔ مذهب یا معنویت سخن می گویند، گابریل می گوید که تنها آن برنامه هایی که آگاهانه مذهبی ساخته شده اند، چنین افکاری را بر می انگیزند:

چنین برنامه هایی باید چیزی دربارهٔ مذهب یا خداوند داشته باشن. اگه فیلمی دربارهٔ کشیشی دیوونه ساخته بشه، من رو به نشستن و فکر کردن دربارهٔ خدا وا می داره. اگه برنامه های خبری فرقه‌ای مذهبی رو نشان بده، افکار مذهبی من رو تحریک می کنه.

در این جا به نظر می آید افکار مارک و گابریل با موضوعات مهمی درباره هویت، ارتباط می‌یابد. آن ها احساس می کنند برای خودشان و لیزت مهم است که بتوانند بدون دخالت تاریخ، اصول نظری یا مراجع کلیسایی دست به انتخاب بزنند. گابریل می گوید رسانه ها نباید فراتر از حد داوری فردی بروند و حالت سلطه جویانه پیدا کنند. وی ادامه می دهد:

صِرف این که چیزی رو می خوانید یا می شنوید، دلیل نمیشه اون رو ببلعید و نظرتون رو با اون شکل بدید. این فقط یک ابزاره و حکم الهی نیست که بر سنگ نوشته شده باشه یا چیزی شبیه اون.

استنباط آن ها دربارهٔ مذهب نیز به همین شیوه و چنان است که باید بر اساس نظرهای خودشان به آن برسند؛ چون گمان می کنند لازم است با نوعی بدبینی رسانه ها را نگریست. آنان به دشواری می توانند ببینند رسانه ها منابع اصیل یا معنی داری در زمینه مذهب یا معنویت فراهم

می آورند. چنین جست وجویی نیاز به استقلال فردی بسیاری دارد. جایی که مذهب یا معنویت به عرصه رسانه ها می آید، برنامه یا منبعی آگاهانه مذهبی نام گذاری می شود یا جایی که برنامه های خبری مضامین یا موضوعاتی را پوشش می دهند که می توان به طور دقیق عنوان مذهبی را دربارهشان به کار برد. این واقعیت که مارک و گابریل زوجی هم جنس گرا هستند، باعث می شود توجه خاصی به قلمروی مذهب و رسانه ها داشته باشند؛ برای نمونه، مارک تعامل خود را با لیزت دربارۀ مجله ای مسیحی و محافظه کار شرح می دهد، که یکی از خاله های لیزت به صورت آبونه آن را برای خواهرزاده اش تهیه کرده است. مارک می گوید:

لیزت این مجله رو به وسیله پست دریافت می کنه، اون رو می خونده و من می پرسم: نظرت راجع به این مطالب چیه؟ اون جواب میده: آه، واقعاً احمقانه است. من رو با این چیزا اذیت نکن. بعد من اون رو می خونم و می بینم که چه چیزایی آورده. این مجله به شدت ضدهم جنس گرا و محافظه کاره. وقتی درباره اون با لیزت صحبت می کنم، میگه: خب، نگرانش نباش. و بعد سعی می کنم نگران نباشم.

بنابراین مضمون غالب برای آن ها، رابطه والدین فرزند و این آرمان است که لیزت خود مسئولیت انتخاب های اش را بر عهده می گیرد. نکته مهم، ویژگی های آثاری نیست که لیزت تماشا می کند یا از آن ها می پرهیزد، بلکه این واقعیت است که می تواند به شخصه آن ها را برای خودش انتخاب کند. مذهب و رسانه ها به طریقی نزد آن ها تعامل دارند که رسانه های برخوردار از مضامین یا افکار مذهبی، به بُعدی مهم و

دایمی از بازار رسانه ها تبدیل شده اند؛ البته نشانه ای وجود ندارد که استنباط کنیم آن ها به وسیله رسانه ها به جویندگی می پردازند. در عوض، برای ایشان در مقام جوینده مهم است تا همان قدر با رسانه ها فاصله داشته باشند که از مذهب دوری می جویند.

بوچ و پریسیلا کاستِلّو زوجی سی و چند ساله و والدین کوری هشت ساله و لی پنج ساله هستند.(۱) بوچ و پریسیلا هر دو با تربیت کاتولیک بزرگ شده اند ولی پس از چند سال زندگی در ژاپن، اکنون خود را بیشتر با بودیسم هم‌فکر و هم‌دل می دانند. مانند دیگر خانواده های جوینده مابعدالطبیعه که در مصاحبه های مان دیدیم، آن ها هم بر زمان صرف شده برای رسانه ها بیش از محتوای آن ها تأکید دارند.

هم‌چنین، مانند دیگران با این فکر مخالفند که قواعد والدین برای استفاده فرزندان از رسانه ها باید محدودکننده یا اخلاق زده باشد و گمان می کنم این موضوع باعث تمایز آن ها از دیگر خانواده هایی می شود که اخلاق زده یا کمتر محدودکننده هستند.

وقتی دربارهٔ استفاده از رسانه ها می پرسیم، پریسیلا می گوید:

... قانون کلی ما اینه که سعی داریم علاوه بر تماشای تلویزیون، چیزای دیگه ای هم پیدا کنیم؛ مثلا به جای تماشای برنامه های کودک، بازی کنیم یا به جای تماشای فیلم ویدیویی بریم قدم بزنیم. ما توجه خودمون رو به جایی دیگه ای معطوف می کنیم؛ چون در فرهنگ ما باب شده که همیشه یا باید جلوی تلویزیون بشینی یا پشت میز کامپیوتر. وقتی هم که با خونواده های دیگه توی خونه هاشون هستیم، این وضعیت خیلی دشوار میشه؛ چون اونا همیشه می خوان

۱- مونیکا اِمریش مصاحبه با خانواده کاستلو را انجام داده است.

تلویزیون یا فیلم های ویدیویی ببینن.

مصاحبه گر:

و شما آگاهانه تصمیم گرفته اید که استفاده از تلویزیون و تعامل با رسانه ها را محدود کنید؟

پریسیلا:

بله!...من نمی دونم بچه ها چه ها چه احساسی دارن، ولی دوست داریم همه چیز طبیعی باشه، درست مثل خونواده و خونهٔ خودمون. موضوع این نیست که سعی نکنیم تلویزیون ببینیم، بلکه ما... واقعاً نمی خواهیم اون رو ببینیم. تلویزیون جزیی از زندگی روزمره ما نیست.

در بین مؤمنان معاصر و جویندگان مابعدالطبیعه، دیگران هم مایلند خود را از رفتارهای نمونه وار والدین و ایرادهای آن ها به نمایش جنسیت و خشونت دور نگه دارند. برای برخی دیگر از این والدینِ آزاداندیش تر یا مترقی تر، دغدغه مهم نه مسئله جنسیت، بلکه بیشتر خشونت است. از نظر خانواده کاستِلو جنسیت و خشونت چندان مسئله ساز نیستند، بلکه زمان صرف شده برای رسانه ها و مادی گرایی اهمیت بیشتری دارد.

بوچ:

فکر می کنم این امتیازیه که می تونیم به بچه هامون بدیم. واقعاً فکر می کنم برای اون ها امتیازه، این که کامپیوترها، تلویزیون و بقیهٔ رسانه ها، اون ها رو تحت کنترل خودشون در نیارن.

پریسیلا:

تازه مصرف گرایی هم می تونه آدم رو به چهارمیخ بکشه. این هم یکی دیگه از نکته هاست. بچه های ما هیچ وقت نمیگن من این مدل لباس یا اون اسباب بازی رو می خوام.

دیدیم که به نظر بسیاری از مصاحبه شوندگان ما، دشوار می توان ارتباط مستقیمی میان مذهب یا معنویت و رسانه های مورد استفاده آن ها یافت. موضوع مورد بحث دربارۀ بیشتر آن ها، زمانی اهمیت بیشتری می یابد که رسانه آگاهانه و عامدانه مذهبی یا معنوی باشد. به هر حال، خیلی از آن ها فکر می کنند از این جنبه بین رسانه ها تفاوت وجود دارد. موسیقی و فیلم بیشتر می توانند واکنش های اصیل مذهبی یا معنوی را برانگیزند و تلویزیون کمتر می تواند چنین کاری را انجام دهد. این عقیده به ویژه نزد مؤمنان معاصر و جویندگان مابعدالطبیعه قوت بیشتری دارد.

کیم اَندرسن نمونه خوبی از این تفکر را نشان می دهد.(۱) او مادری چهل و یک ساله است. گرایش معنوی او ترکیبی از اصول مسیحی، هندو و بودیسم است که در آن اولی هم تحت تأثیر دو گرایش بعدی قرار دارد.

کیم:

من خودم رو مسیحی می‌دونم، ولی نمی خوام صددرصد روی چیزایی تأکید کنم که مسیحیا و بقیۀ مسلک های معنوی فکر می کنن باید باشم؛ چون زمینه های فراوونی توی بودیسم وجود داره که می تونم با اون ها ارتباط برقرار کنم. این موضوع دربارۀ مسلک هندو هم صدق می کنه.

گرایش معنوی او به خصوص متوجه مسئله تناسخ(۲) است. وقتی از او می خواهیم درباره نقش رسانه ها در زندگی معنوی خود نظر بدهد، کیم

۱- مصاحبه با کیم اَندرسن را دنیز واکر انجام داده است.

۲- reincarnation

بی درنگ به توصیف انواعی از موسیقی می پردازد که چنین کارکردی دارند.

من توی عالَم موسیقی، حتی از وقتی که بچه بودم، شروع به گشتن دنبال ترکیبی از افکار مسیحی با موسیقی کردم؛ ولی دنبال چیزای دیگه هم بودم. از طرفی توی موسیقی مورد علاقه ام همیشه به بررسی ارتباط میون پدیده های عالم، برای نمونه ارتباط بین زمین و موجودایی که توی اون هستن، پرداختم. درست مثل افکاری که سرخ پوستای آمریکا دربارهٔ هستی و تعامل بین موجودات داشتن. به همین خاطر توی موسیقی هم دنبال چنین ارتباطی گشتم. من به شنیدن آثاری مثل موسیقی گاسپِل(۱) مسیحی علاقه ای ندارم... وقتی به معنویت توی موسیقی فکر می کنم، متوجه میشم که این نوع موسیقی با اونی که توی نظرمه، جور در نمیاد. من دوست دارم موسیقی، کل نگر باشه... نمی خوام بگم که همه چیز مثلاً درختا روح دارن ولی از فکر ارتباط با موجودات و تعامل با آدمای دیگه لذت می برم و برام مهمه.

این خانواده ها را می توان دقیقاً بنا بر تعریف روف، از معتقدان و جویندگان مابعدالطبیعه توصیف کرد. آن ها به طور مشخص از نظر گرایش مذهبی و معنوی با دیگر رده ها تفاوت دارند؛ هم‌چنین افکارشان دربارهٔ نقش آرمانی رسانه ها در زندگی نیز با خانواده های دیگر در دیگر رده ها متفاوت است.

در هر حال، به نظر نمی رسد از جنبه آشنایی با رسانه های معاصر از جمله تلویزیون فرق زیادی با دیگران داشته باشند. بیشتر آنان عامه پسندترین برنامه ها و ژانرهای معاصر را تماشا کرده اند و افکار

۱- Gospel نوعی از موسیقی مسیحی که برای بیان ایمان فردی یا جمعی به کار می رود و در آن استفاده فراوانی از هارمونی انجام می شود. (م.)

روشـنی درباره محتوای آن ها دارنـد؛ البته موضوع‌هایی فراسوی این محتوا نیز وجود دارنـد که بیشتر آن ها دغـدغه ای نه فقط دربـارهٔ محتوای برنـامه هـای تلویزیونی، بلکه دربـارهٔ تمایل آنان برای در اختیارگرفتن و مصـرف کردن وقت و توجه بچه ها و خانواده ها بروز می دهند.

جزم اندیشان

اشاره

جزم اندیشان

من بر اسـاس خوانش توضـیحات روف از این رده، در فصل سه نظر دادم که انتظار داریم آن ها از نظر درک رسانه ها بیش از دیگر رده ها دوگانه باور (ثنویت گرا) باشـند. در حالی که بخشـی از مصاحبه شوندگان به هیچ وجه مایل نیسـتند جزو کسانی شمرده شونـد که محـدودیت داورانه یا اخلاقی را روشـی مناسب برای پرداختن به رسانه ها در خانه می داننـد، می شود از این خانواده ها انتظار داشت که چنین رویکردی را دقیقاً مناسب بدانند. آن ها به عنوان افرادی که به سـیطره سنت بر اعتقاد و عمل عقیـده دارنـد، می تواننـد برای هـدایت یا چگونگی پرداختن به رسانه ها به جست وجوی چنین منابعی برآیند. برخلاف برخی دیگر، انتظار داریم آن ها بتوانند ارتباط های آشـکاری میان عقاید خود و رسانه ها ترسـیم کنند هرچند این ارتباط بیشتر منفی خواهد بود.

خانواده مولر

خانواده مولر

کتی و دیویـد مولر که بیست و هشت_نه ساله هسـتند، با سه فرزنـدشان کُـدی شـش ساله، ریس سه ساله و برایان ده ماهه در خانه ای

کوچک در غرب آمریکا زنـدگی می کنند.(۱) آن ها مورمون های(۲) معتقدی هسـتند که در منطقه خود افراد فعالی به شمار می روند(۳) و خـانه زیبـا و متحرکشـان با عکس های خانوادگی و تصویری از کلیسای شان در سالت لیک سـیتی تزیین شـده است. آنان از نظر درآمد، متوسط هستند.

رسانه ها در خانه مولر هم اهمیت خاصـی دارند و مجموعه بزرگی از نوارهای ویدیویی روی یک قفسه کتاب در اتاق نشـیمن دیده می شود. خانه یک مرکز سرگرمی دارد که در آن دستگاه های تلویزیون و پخش ویدیویی به چشم می‌خورد. افکار آن ها درباره مرجعیت کلیسا ضـمن بحث از کاربرد اینترنت مطرح می شود. کتی و دیوید هر دو از رایانه برای دسترسـی به سایت های اینترنتی مرتبط با مورمون ها استفاده می کنند. هر دوی آن ها باید با تبارشناسی(۴) و چیزهایی مانند الهام یا دعای روزانه سر و کـار داشـته باشـند. توضـیحات مورها _ به گونه‌ای متفاوت با بسیاری از توضـیحات دیگری که مربوط به جست وجوی مـذهب_ معنویت در اینترنت می شود _ آشـکارا نشـان می دهنـد که مرجعیت کلیسـا در پشت این سـایت هـای اینترنتی نهفته است و از نظرشان این موضوع ارزشمند است. مصاحبه گر می پرسد:

آیا شما برای کسب اطلاعات بیشتر وارد اینترنت می شوید یا تنها

۱- مصاحبه با خانواده مولر را جوزف گ. چمپ انجام داده است.

۲- فرقه مـذهبی آمریکایی که در ۱۸۳۰ پایه گـذاری شـد و پیروانش خود را نمونه های امروزی مؤمنان به کلیسای مسـیح می دانند. (م.)

۳- در این جـا بایـد متـذکر شوم که اعتقـاد مولرهـا به مسـلک مورمون به خودی خود بـاعث نمی شود آن هـا را جزم انـدیش بـدانیم، در واقع رویکرد آن هـا به مسائل اعتقادی خود، نقش مهم تری دارد. ما در مصاحبه های مان با خانواده های مورمونی مواجه می شویم که مثلاً به طور کامل در رده مؤمنان معاصر جای می گیرند.

۴- genealogy

می خواهید خود را با کلیسا مرتبط سازید؟

کتی:

کلیسا....

دیوید:

روشـنگری معنوی...و مهم اینه که بدونیم به این جا سنجاق نشدیم. دنیا با همهٔ مسائلش خیلی وسیعه... آدم دوست داره مطمئن بشه که بچه ها درست بزرگ میشن (می خندد) یا شهروندای خوبی از کار در میان و...

کتی:

اون ها... روش زندگی رو به شما یاد میدن.

دیوید:

... این موضوع بیشتر مربوط به روشنگری معنوی و نوعی ارتقای معنویه. این که آدم بدونه زندگی هدفی داره و بالاخره روزی می میره و چیزایی از این دست. ما به تجلی مسـتقیم انوار الهی اعتقاد داریم، بدون اون که بخوایم به انواع و اقسام اصول نظری فراوون و چیزای دیگه.... وارد بشـیم. ما پیامبری داشتیم. مسیری رو به ما نشون داده که با پیمودنش می تونیم با پدر ملکوتی یا خدای متعال ارتباط برقرار کنیم. پس پیمودن این راه درست به اندازه خوندن نوشته های مذهبی اهمیت داره.

مولرها با تلویزیون راحت نیسـتند. آنان بیشتر ترجیح می دهند فرزندان شان وقت خود را با اسباب بازی ها بگذرانند تا تماشای تلویزیون و برای رسانه ها، سلسـله مراتبی قائلند. به نظر آنان، خواندن برای بچه ها بسیار بهتر از تماشای تلویزیون یا رسانه های دیگر است. البته، در عین حـال به نظر می آیـد تلویزیـون را کم و بیش بـدون مسـئله (ماننـد برخی دیگر) تماشـا می کننـد. در واکنش به پرسشی دربارهٔ این که معمولاً

چگونه تلویزیون تماشا می کنند، کتی پاسخ می دهد:

فکر نمی کنم ما زیاد تلویزیون ببینیم... نه واقعاً این طور نیست. بعضی وقتا کارتون ها و فیلم های دیزنی رو تماشا می کنیم. معمولاً جمعه شب ها پای تلویزیون می شینیم... جمعه شب ها چی تماشا می کنیم؟

کُدی:

شکارچی کروکُدیل(۱)

کتی:

ما شکارچی کروکُدیل رو دوست داریم. اون یکی چی بود که کامیونای بزرگی داشت؟ (کُدی فکر می کند)

کتی:

گورکن.(۲)

کُدی: (یادش می آید)

اُه، بله!

کتی:

گرفتاری بزرگ(۳)

ریس:

ما گرفتاری بزرگ رو هم تماشا می کنیم!

کتی:

گرفتاری بزرگ.

۱- Crocodile Hunter سریالی که از سال ۱۹۹۶ در ژانر مستند حادثه ای ساخته شده و پخش می شود. شخصیت های این مستند، استیو ایروین و همسرش تری هستند که در کشور استرالیا با حیوانات وحشی زندگی کرده و حادثه می آفرینند. (م.)

۲- Grave Digger

۳- Monster Jam برنامهٔ تلویزیونی مستند که در سال ۲۰۰۵ با اجرای استیِسی کِیدمن در انگلستان ساخته و پخش شد. (م.)

مصاحبه گر:

بسیار خب، این برنامه جمعه شب ها پخش می شود. چیزی شبیه کُشتی فوق ستاره ها(۱) که در آن، کامیون ها جای آدم ها را گرفته اند.

کتی:

بله، اون ها می پرن. از موانع می گذرن....

کتی:

آقای عضله، اون می دونه که چطوری....

دیوید:

ما گرفتاری بزرگ و بعد PBR رو می بینیم، مسابقه گاوسواری.

کتی:

مسابقه گاوسواری PBR و گرفتاری بزرگ رو می بینیم که جمعه شب ها پخش میشه. اون رو همراه با مسابقه گاوسواری می بینیم. این برنامه جمعه شب ماست. در خونه می شینیم و منتظر میشیم تا ساعت پنج برسه. (کتی و دیوید از این که چه اندازه این حالت ابلهانه به نظر آید، می خندند!)

مولرها می گویند برخی از رسانه های آن ها، با ارجاع مستقیم به توصیه های کلیسا انتخاب می شود. وقتی از آن ها می خواهیم برخی از این انتخاب ها را توضیح دهند، درمی یابیم توضیحاتشان تفاوت زیادی با خانواده هایی چون باسِول و میلیکِن ندارد. مولرها از برنامه های آزاردهنده و مسئله داری که محتوای جنسی، خشن و جملات رکیک داشته باشند، می پرهیزند. البته آن ها می گویند که چند فیلم با درجه بندی R را دیده اند. دیوید و کتی با یکدیگر کمی اختلاف سلیقه

۱- Allstar Wrestling یک برنامۀ تلویزیونی دیرپا که از سال ۱۹۶۰ تا ۱۹۹۰ در ژانر اکشن/ورزشی ساخته و پخش شد. هدف از ساخت این برنامه ترفیع و ترقی ورزش کشتی در میان مردم آمریکا بود. (م.)

دارنـد. دیویـد تمـایلی نـدارد کهماننـد کتی در انتخاب یا چانه زدن بر سـر تماشای برنامه های تلویزیونی یا فیلم سـخت گیری کند؛ برای نمونه، کتی به شدت از مجموعه کارتونی و عامه پسند خانواده سیمپسِن انتقاد می کند. دیوید می گوید:

می تونید حتی از هیچ، چیز مثبتی یاد بگیرید.

او با دیگران بر سر این نکته موافق است که والـدین باید توانایی انتخاب مناسب را در وجود کودکان پرورش دهند، نه آن که بخواهند آن ها را از برنامه های نامناسب دور نگه دارند، وی توضیح می دهد:

... چیزی که مـا می خوایم به بچه هامون یاد بـدیم اینه که، در بیرون از محیط خونه چیزای خوبی وجود داره و اگه شـما دنبال چیزای خوب بگردین ـ که البته لازمه بگردین ـ اون هـا رو پیـدا می کنین. همین الآن دربـارهٔ برنامه های بـد و فیلم های بد باهاتون حرف زدم ولی معتقـدم به همین اندازه آثار و برنامه های خوب هم وجود داره؛ مثلا اگه سـریال خونواده سـیمپسِن رو تماشا کنین، می تونید چیزای خوبی توی اون پیدا کنین، به شرط اون که با دقت کافی اون رو ببینید! منظورم اینه که کارتونای خوبی سـاخته میشن. اگه اونـا رو خیلی توی دلتون جـا ندیـد، به تماشا کردنش می ارزه (می خنـدد) ولی اینا کارتونای بچه ها نیستن. خیلی از کارتونا در اصل برای بچه ها ساخته نشدن.

مصاحبه گر:

پس شما با خانوادهٔ سیمپسِن کمتر مشکل دارید...

دیوید:

کمتر از کتی، بله و البته تماشای مجموعه بچه های کوچک(۱) هم من رو اذیت نمی کنه (می خندد)! این موضوع دربارهٔ فیلم های ترسناک و... غیره هم صدق می کنه....

در سخنان دیوید درباره استفاده از رسانه ها، بازتابی از نظرهای افراد دیگری را هم می بینیم که پیش‌تر با آن ها مصاحبه کردیم. به نظر دیوید، کاربرد رسانه ها باید در ارتباط با افکار و مسئولیت فردی باشد؛ هر چند برخلاف خیلی ها وی تردید دارد آن چه رسانه های روز نامیده می شود، منبع قابل اعتمادی برای اخبار یا اطلاعات باشد. او برای این که از جنبه ایدئولوژیک گمراه نشود، به منابع گوناگونی مراجعه می کند:

من از برنامه (۲)DateLine) (خط بین المللی تاریخ) و ۲۰/۲۰(۳) خوشم نمیاد؛ چون بوی کهنگی میدن. منظورم اینه که توی این جور برنامه ها مدام فقط شاهد نظر یک نفر هستید، همون طور که در مقاله‌های خبری روزنامه ها، رادیو یا جاهای دیگه هم فقط نظر یک نفر شما رو وارد ماجرا می کنه. به همین علته که من خوندن روزنامه ها توی اینترنت رو دوست دارم؛ چون می تونید مطالب شش خبرنگار مختلف رو دربارهٔ یک موضوع ببینید و...

این ها برخی از مواردی است که انتظار داشتیم در خانواده جزم اندیش مولر ببینیم. آن ها تمایزهای آشکاری میان دنیایی که رسانه ها بازنمایی می کنند و دنیایی که ایمان مورمون بازنمایی می کند، قائل می شوند. آن ها مایلند برای انتخاب های رسانه ای خود به کلیسا و افکار کلیسایی مراجعه کنند. هر چند به سختی می توان گفت چگونه

۱- Rugrats.۹ سریالی انیمیشن در ژانر کمدی/خانوادگی که از ۱۹۹۱ تا ۲۰۰۴ پخش شد. این سریال حول زندگی، رفتار و نگرش چهار کودک خردسال می چرخد. (م.)

۲- یک برنامهٔ تلویزیونی خبری/مستند که از سال ۱۹۹۲ در شبکهٔ NBC حال پخش است. (م.)

۳- مجلهٔ خبری شبکهٔ ABC که از سال ۱۹۷۸ شروع به کار کرده است. (م.)

رفتار رسانه ای آن ها عملاً ـ باعث کشف چنین افکاری به صورت نظام یافته می شود. هم چنین، آن ها نقش خود را به طور کلی کمک به بچه ها برای تصمیم گیری و انتخاب شخصی و نه بازداشتن آن ها از تماشای برخی آثار می دانند.

خانواده دانگل

خانواده دانگل

گِلن دانگل که در فصل چهارم با وی آشنا شدیم، بسیاری از ویژگی هایی را که روف با اصطلاح جزم اندیش توصیف می کند به نمایش می گذارد. وی مسلک کاتولیک را ترک گفته و به پروتستان های اوَنجلیکال پیوسته است، ولی در مقایسه با مسیحیان بازمتولد این مورد دوم را در حکم مجموعه ای از رمزها یا اصول نظری می بیند. به نظر می رسد گِلن از نظر درک رسانه ها، دوگانه باور باشد. او بر اساس این فرض سخن می گوید که اغلب رسانه ها در بیشتر مواقع به حمایت از افکار و ارزش هایی می پردازند که وی با آن ها موافق نیست. او نیز مانند دیگران معتقد است که نقش والدین باید مجهزکردن بچه ها باشد تا حفاظت از آن ها در برابر رسانه های مضر. وی انتقادهای فراوانی از محتوای رسانه ها نیز دارد. پس برخلاف دیگران بیش از آن که مدت زمان تماشای برنامه ها برای اش مهم باشد، دغدغه محتوای آن ها را دارد. گِلن و لیز دانگل، تماشای تلویزیون را به برنامه های ملایم و پاکیزه محدود ساخته اند. وقتی می پرسیم از چه برنامه هایی می پرهیزند، لیز تأکید می کند که آن ها روی صحنه های جنسی حساسیت بیشتری دارند تا خشونت. لیز می گوید:

MTV! ما اون رو بستیم و هر چیز دیگه ای از این دست رو هم تماشا نمی کنیم؛ مثلاً محتوای جنسی افراطی توی برنامه ها یا...

گِلن:

حتی اگه افراطی هم نباشه، تماشا نمی کنیم.

لیز:

بله! خب من امروز خبری خوندم که قراره توی ساعت‌های پربیننده برنامه هایی با صحنه های جنسی بیشتری پخش کنن. ما سعی می کنیم که بچه ها رو از این موضوع آگاه کنیم. به طور حتم، نمی تونیم به طور کامل از این جور برنامه ها دور بمونیم. این بستگی به سطح خشونت داره. منظورم اینه که در برخی فیلم ها و برنامه ها میزان خشونت مهمه. در واقع، فیلم هایی هستن که ما دوست داریم ببینیم، ولی توی اون ها خشونته؛ مثلا شجاع دل و مسیر سبز.(۱)

گِلن:

بعضی از فیلم ها مثل رهایی از شاوشنک(۲) خوبن... البته توی این فیلم نکات کفرآمیزی وجود داره ولی فیلم تلخ و تأمل برانگیزیه. اگه ما خودمون این جور فیلم ها رو از قبل دیده باشیم، به بچه ها هم اجازه میدیم با ما تماشا کنن ولی به نظرم در این فیلم ها پیام مهمی وجود داره. فیلترکردن فیلم های نه چندان خوب هم البته کار سختیه. چیزای فراوونی برای فهمیدن توی این جور فیلم ها وجود داره.

با این که لیز و گِلن افکار روشنی دربارهٔ برنامه های مناسب در

۱- The Green Mile فیلمی از فرانک دارابانت. بر اساس داستانی از استیون کینگ. با بازی تام هنکس. محصول سال ۱۹۹۹ آمریکا. احتمالا منظور از صحنه های خشن، بخش هایی از فیلم هستند که لحظات اعدام محکومین به وسیلهٔ دستگاه صندلی الکترونیکی را نشان می دهد. (م.)

۲- Shawshank Redemption فیلمی دیگر از فرانک دارابانت با بازی مورگان فریمن و تیم رابینز. محصول سال ۱۹۹۴ آمریکا. یکی از برترین فیلم های تاریخ سینما در بیشتر نظرسنجی ها. (م.)

تلویزیون بیان می کننـد، به ویژه با ارجاع به بچه های شان، خود به طور مرتب پای تلویزیون می نشـینند. آن ها از علاقه منـدان یـک کمـدی تلویزیونی هسـتند که به طور منظم آن را می بیننـد و می گوینـد که هر شب به مـدت یـک ساعت در تختخواب تلویزیون تماشا می کننـد (معمولاً برنامه های گفت و گوی تلویزیونی_کمـدی که آخر شب پخش می شوند). به گمان آن ها نیز مانند دیگران، چنین می نماید که رسانه ها کم و بیش گریزناپذیر هستند.

سکولارها

اشاره

سکولارها

در فصل سوم گفتم که بنا بر رده بندی روف، سـکولارها با دو ویژگی شـناخته می شوند. نخست، آن ها چون تمایل دارند در میان طبقات با درآمـد بالا و تحصـیل کرده بازنمایی شونـد، چنـدان به طور منظم از رسانه های عامه پسـند اسـتفاده نمی کنند. هم‌چنین، شاید آن ها در رژیم رسانه ای خود بیشتر گزینشـی و هدف مند باشـند. برای نمونه، برنامه های تلویزیون سراسری را بر شـبکه های تجاری ترجیـح می دهند. به دلیل بی علاقگی به مذهب، آن ها علاقه ای هم به برنامه هایی با محتوای مذهبی یا معنوی در رسانه ها ندارند.

خانواده مُرفی ـ گوردُن

خانواده مُرفی ـ گوردُن

شِریل مُرفی ۴۹ ساله و لَنی گوردُن ۵۶ ساله، هر دو در یک دانشـگاه استاد هستند. آن ها در شهری بزرگ در ایالات متحده با پسرشان پُلِ

سیزده ساله و دخترشان اِرین ده ساله زنـدگی می کننـد.(۱) آن ها به کلیسا نمی رونـد و مراسم مـذهبی انجام نمی دهند. البته، فرزندان شان به یک مدرسه کاتولیک می روند که به نظر والدین شان در بین مدارس خصوصی، بهترین گزینه در منطقه شان است. آن هـا تأکیـد می‌کننـد ایـن مـدرسه چنـدان در آمـوزش مـذهبی به بچه هـا افراط نمی کنـد. شِرِیل که در خـانواده ای پروتستان بزرگ شده، می گوید که پس زمینه مذهبی‌اش در شکل گیری ارزش های سکولار انسانی او نقش داشته است. لَنی و شِرِیل نمی خواهند از نظر نگرش به رسانه ها متعصب به شمار آیند، ولی در عین حال انتخابگری در ارتباط خود با رسانه ها را امری مهم می دانند. منظور این که در برابر برنامه هایی که بچه ها تماشا می کنند اولویت هایی دارند. شریل می گوید:

ما پیش‌تر قانونی داشتیم که طی اون همگی بایـد برنامه های PBS و فیلم های ویـدیویی رو تماشا می کردیم. از وقتی بچه ها بزرگ تر شدن، این قانون هم رنگ باخته.

خـانواده مُرفی ـ گوردُن ایجاد تمایز بین رسانه های قابل قبول و غیر قابل قبول را به منزله عاملی مهم در تمایز خود از فرهنگ معاصر می داننـد. آن هـا از روش هـایی آگاهنـد که بـاعث ایجـاد و بالا‌رفتن شـمار مخاطبـان می شود و این که چگونه آمار مخاطبان با ارزش های اجتماعی مشترک یا رایج ارتباط می یابد.

لَنی:

ما به بچه ها اجازه نمیدیم فیلم های با درجه بندی R رو ببینن، مگر

۱- مصاحبه با خانواده مُرفی ـ گوردُن را لی هود انجام داده است.

اون که بسیار خاص باشن ولی متوجه شدیم که آمار مخاطبان گمراه کننده است؛ چون اون ها اجازه میدن خشونت به فیلم های با درجه بندی سیزده سال به بالا راه پیدا کنه ولی اگر اون فیلم کلمات رکیک یا صحنه های جنسی داشته باشه اون رو به رده R می برن. اگر فیلم هایی با درجه بندی R خشونت کمی داشته باشن، به دور از صحنه های جنسی نیستن و جملات زشتی هم در اون ها شنیده میشه؛ پس چگونگی درجه بندی، خودش موضوعی گمراه کننده است.

شریل:

در واقع تابستان امسال پُل همراه با ما، دو تا فیلم با رده بندی Rتماشا کرد.

پُل:

سه فیلم!

خانواده مُرفی ــ گوردُن با غرور از تفاوت خود با دیگر خانواده ها در برابر این موضوع سخن می گویند. آن ها نیز مانند دیگران می خواهند بچه ها مهارت های خود را برای انتخاب و برخورداری از رسانه ها گسترش دهند ولی بیشتر مایلند که بچه ها برنامه هایی ببینند که حواسشان را شش دانگ به خود جمع می کند.(۱)

آن ها بین رسانه ها تمایز قائل می شوند. فیلم و مطالعه، آشکارا بر تلویزیون برتری دارند. والدین ترجیح داده اند مشترک شبکه های تلویزیون کابلی نشوند؛ زیرا آثارشان برنامه های خانوادگی تلویزیونی نیست.

۱- البته نکته جالب این است که یکی از سه فیلم مورد بحث آن ها، مزرعه حیوانات (Animal House) بود که به سختی می توان آن را نمونه مجسم سینمای آوانگارد دانست.

با وجود این استنباط فردی، آن ها خیلی تلویزیون می بینند. می توانند از سریال ها و ژانرهایی نام ببرند که معمولاً یا به صورت فردی یا خانوادگی تماشا می کننـد؛ برای نمونه هنگامی که مجموعه کمدی پیشـرفت خانواده پخش می شد، آن ها معمولاً در کنار هم به تماشای آن می پرداختند و خاطراتی از پیوند خانوادگی بر اساس این سـریال دارند. هم چنین شِـرِیل خاطرنشان می کند که هر روز یکی از برنامه های گفت وگوی تلویزیونی آخر شب را می بیند.

شِریـل و لَنی جزو معـدود والـدینی هسـتند که در مصاحبه به طور مشـخص، به مسـئله کلیشه های نقش جنسـیتی در رسانه ها و فرهنگ اشاره کردند.

شریل:

گمون می کنم چیز دیگه ای که مـا سـعی کردیم از اون دوری کنیم، کلیشه هـای جنسـیتیه. ما به هیـچ صورت اون رو مناسـب نمی بینیم و نمی خوایم دخترمون شخصیتی تجزیه شده داشته باشه.

مصاحبه گر:

به خاطر همین است که در خانه عروسک باربی ندارید؟

شریل:

بله! درسـته. هیچ نوع عروسک دختر خوشگلِ کله پوکی(۱) توی خونه نـداریم؛ البته اِرین عروسک داره. اون از دوره نوزادی عاشق عروسک ها بود ولی این عروسک ها نمایندهٔ دخترای آمریکایی هستن.

لَنی:

۱- bimbo

این عروسکا برای خودشون داستانی دارن،... به گونه‌ای انسانیت دارن. نه اون که فقط تصویری کلیشه ای و خاص از زن زیبا رو نشون بدن.

این تمایز بین دغدغه های آنان دربارهٔ خشونت و این استنباط که صحنه های جنسی یا جملات رکیک بیشتر مورد توجه خانواده های متعارف هستند، نکته مهمی است. ضمن دنبال کردن بحث، از شِریل می پرسیم که آیا آن ها هم بیش از هر چیز دغدغه خشونت در تلویزیون و رسانه ها را دارند یا خیر. وی تأیید می کند:

خشونت موضوع مهمیه. جزو مهم ترین مسائلِ فهرست منه.

مصاحبه گر:

حتی مهم تر از چیزهای دیگری مانند...

شریل:

بله! من خیلی به واژه ها و جملات رکیک اهمیت نمیدم؛ شاید چون خودم زبون تند و تیزی دارم و فکر هم نمی کنم شنیدن یک کلمه زشت، شخصیت بچه ها رو عوض کنه یا الگوی نامناسبی براشون بسازه. منظورم اینه که بیشتر واژه هایی که می شنویم این طور نیستن. مسئله دیگه، نمایش صحنه های جنسیه و صادقانه بگم که بچه ها تمایلی به دیدن صحنه های بی پروای جنسی ندارن... بالاخره باید به خشونت اشاره کنم که از نظر من نقش مهمی در تضعیف حساسیت های افراد داره. نکته دیگه این که، خشونت بیشتر علیه زن ها به کار میره. توی رسانه ها... توی فیلم ها، خشونت حالتی غیر واقعی داره. من هرگز اثرات خشونت رو بررسی نکردم، حداقل عوارضی رو که بچه ها در معرض اون قرار دارن...فیلم های عمیقی دربارهٔ خشونت ساخته شده و من می خوام روزی بچه ها بعضی از اون ها رو ببینن ولی اون ها

چنین نمی کنن... منظورم اینه که دوست دارم فهرست شیندلر(۱) یا گاندی(۲) یا فیلم هایی از این دست رو ببینن؛ ولی خودشون تمایلی به اون ها ندارن. اون ها دوست دارن رُبات پلیس(۳) ببینن. بچه های امروزی تا سن ده سالگی حدود ۲۵ هزار صحنه قتل و جنایت می بینن! خب مجبورم بگویم که وقتی پُل ده ساله بود حتی درصد بسیار کمی از این صحنه ها را ندیده بود. پس واقع گرایی در کار نیست. سازندگان چنین آثاری به بررسی عواقب کارشان نمی پردازند، ابداً کسی پاسخگو نیست... منظورم این است که از خشونت در این آثار، به ویژه فیلم ها تجلیل می شود... و از نظر من تجلیل خشونت در جامعه ای خشن، کار زننده ای است.

لَنی و شِرِیل با تعداد فراوانی از برنامه های تلویزیون آشنا هستند و حتی می توانند از برنامه هایی نام ببرند که با آن ها ارتباط خوبی برقرار می کنند و حتی از تماشای شان لذت می برند. شِرِیل به سریال جنایی انگلیسی، مَظنون اصلی(۴) علاقه دارد که شخصیت اصلی‌اش زنی قوی و حرفه ای است. او می گوید:

من به همهٔ شخصیت های زن پلیس علاقه دارم.

وی اشاره می کند که رمان های جنایی جزو آثاری هستند که وی با

۱- Shindler's List فیلمی از استیون اسپیلبرگ. با بازی لیام نیسن، رالف فاینز و بن کینگزلی. فیلمی دربارهٔ یهودستیزی آلمان نازی. محصول سال ۱۹۹۳ آمریکا. (م.)

۲- Gandhi فیلمی دربارهٔ زندگی مهاتما گاندی به کارگردانی ریچارد آتن بورو. با بازی بن کینگزلی. محصول ۱۹۸۲ انگلستان. (م.)

۳- Robocop فیلمی از پل ورهوفن. با بازی پیتر ولر و نانسی آلن. محصول ۱۹۸۷ آمریکا. این فیلم که الهام گرفته از داستان مصور انگلیسی قاضی دِرِد بود تا آن جا با اقبال تماشاگران روبه رو شد که نسخه های دو و سه آن هم ساخته شد. بعدها در سال ۱۹۹۴ تا ۱۹۹۵ مجموعه ای تلویزیونی هم با همین نام ساخته شد. (م.)

۴- Prime Suspect سریالی دربارهٔ پلیس انگلستان که از سال ۱۹۹۰ تا ۲۰۰۶ از سوی شبکهٔ ITV و در هفت فصل پخش شد. در هر فصل یکی از معضلات جنایی مورد بررسی قرار می گرفت: تبعیض جنسی، نژادپرستی سازمان یافته، آزار جنسی کودکان، تجاوز به زنان، بهره کشی از کودکان، روسپیگری؛ عمدهٔ مضامین این سریال دربارهٔ مسایل جنسی بود. هلن میرن، بازیگر برندهٔ اسکار، یکی از اصلی ترین بازیگران این سریال بود. (م.)

اشتیاق می خواند و از این کار لذتی آمیخته با احساس گناه می برد. هم چنین شریل و لین فکر که متمایزند، چون نگرش های خاصی به محتوای رسانه ها دارند، تفاوتی هم میان خود و دیگر خانواده ها از نظر آگاهی به مخاطرات ناشی از محتوای برنامه های رسانه ای می بینند. شریل می گوید:

فکر می کنم در خیلی از خونواده ها این مسئله مطرح نیست که ارزش های خونوادگی در برابر ارزش های رسانه ای قرار می گیره. چیزی که می بینم، بی تفاوتی والدین به ارزش هاییه که بچه هاشون از رسانه ها دریافت می کنن. همین موضوع رو نزد دوستان پُل هم می بینم. منظورم اینه که مطمئنم ارزش هایی وجود داره. اگه بپرسید: آیا به خشونت علاقه دارید؟ اون ها پاسخ میدن: نه! من به خشونت علاقه ای ندارم ولی فکر می کنن که زندگیشون بسته به تماشای فیلمه. به همین خاطر زندگی بچه هاشون هم وابسته به فیلم میشه.

در بین کسانی که با آن ها مصاحبه کردیم، خانواده مرُفی ـ گوردُن جزو خودآگاه ترین افراد به روابط بین رسانه ها، وظایف والدین و هویت خانوادگی هستند. آنان با صراحت و در عین حال پیچیدگی از نقش رسانه ها در زندگی‌شان سخن می گویند و آن ها را به طریقی به کار می گیرند که باعث ایجاد تمایزهایی بین خودشان و خانواده های دیگر می شوند. آنان دربارهٔ مسائل مربوط به این که، چه برنامه های تلویزیونی و فیلم هایی قابل قبولند و کدام ها نیستند، با دیگران از جمله جزم اندیشان که سخنان شان را شنیدیم، موافق نیستند. این خانواده، ارزش فراوانی برای نوع برنامه های ملایم تلویزیونی که دیگران در حکم آثار خوب به شمار می‌آورند، قائل نمی شوند. از نظر آنان چنین آثاری بسیار بی بو و بی‌خاصیت هستند. در عوض، دوست

دارند بچه های شان از فیلم های مهم، کتاب ها و (تا جایی که مد نظر دارند) از تلویزیون استفاده کنند. اعتقاد مذهبی مرتبط با احساسات آن ها دربارهٔ رسانه ها است ولی چنین پیوندی فقط از طریق مسیری که پس زمینه های مذهبی شان را با ارزش های کنونی پیوند می دهد، ایجاد می شود و به واسطه استقلال خاص و راسخ آن ها در اعتقاد به ارزش ها و آرمان های خاص نمود می یابد.

خانواده آبراهام

خانواده آبراهام

دومین خانواده سکولاری که با آن ها مصاحبه کرده ایم، وجوه مشترک فراوانی با خانواده مُرفی ــ گوردُن دارند. سوزان و جوزف آبراهام که هر دو پنجاه ساله اند، با پسرشان زِد شانزده ساله در حومه یکی از شهرهای بزرگ غرب ایالات متحده زندگی می کنند.(۱) پدر و مادر، هر دو تحصیلات دانشگاهی در مقطع کارشناسی دارند و در مؤسساتی معتبر و حرفه ای کار می کنند. سوزان و جوزف هر دو با تربیت یهودی بزرگ شده اند و هنوز هم به کنیسه منتسب هستند ولی معمولاً به آن جا نمی روند و آن قدر که بشود در رده بندی مؤمنان معاصر روف قرارشان داد با آن احساس نزدیکی نمی کنند. وقتی پسرهای شان به سن بلوغ رسیدند (پسر بزرگ ترشان از خانه رفته است) مراسم جشن تکلیف پسران یهودی(۲) را برایشان برگزار کردند و این امکان انتخاب را برای آن ها فراهم آوردند که با پس زمینه یهودی خود ارتباط برقرار کنند.

۱- مصاحبه با خانواده آبراهام را لین شفیلد کلارک انجام داده است.

۲- bar mitzvahs

آن ها خود را از جنبه مـذهبی لیبرال توصـیف می کننـد. جوزف می گویـد برای آن ها مـذهب، روشـی خارجی برای مواجهه نیست. هم‌چون خانواده مُرفی ــ گوردُن، خانواده آبراهام ارتباط چنـدانی بین مذهب یا معنویت و رسانه ها نمی بینند. از طرف دیگر، افکـار روشـنی دربـارهٔ برنـامه هـای منـاسب و نامنـاسب رسـانه هـا دارنـد. آن ها هرگز سامانه ای از قواعـد برای بچه ها نگذاشـتند که چه چیزهایی را در تلویزیون ببیننـد یا به تماشای چه فیلم هایی برونـد. آن ها نیزماننـد خانواده مُرفی ــ گوردُن، بیشتر نگران نمایش خشونت در تلویزیون هسـتند تا صحنه های جنسی. سوزان در گفته های اش به دوره ای اشاره می کند که فیلمی هنری کرایه کردنـد که صـحنه هـای برهنگی داشت ولی والـدین احساس کردنـد تماشای این فیلم برای زِد که آن زمان هشت ساله بود، کاملاً مناسب است. سوزان می گوید:

در فیلم کافه بغداد(۱) پیرزنی بود که نقاش داشت پرتره اش رو می کشید و اون نیمه برهنه بود. یادت میاد؟

زِد:

من یادم نمیاد.

سوزان می خندد و زِد می گوید:

احتمالاً از یادم رفته.

جوزف:

سوزان یادش میاد. من خونه نبودم.

۱- Bagdad Café فیلمی از پرسی آدلون. با بازی ماریانه زاگه برشت و جک پالانس. محصول ۱۹۸۷ آلمان غربی. (م.)

آن طور که ماجرا بازگو می شود، مشخص است که به نظر والدین خانواده آبراهام، ارزش ماهیت هنری فیلم مهم تر از چند صحنه جنسی است و مسئله کلیِ نظارت بر چنین آثاری، چندان اهمیتی برای شان ندارد. در واقع، خشونت برای شان مسئله دارتر است. خانواد ه آبراهام نیز مانند خانواده مُرفی ــ گوردُن و دیگران، مایلند تمایزی بین رسانه ها قائل شوند. از نظر ایشان، رسانه ها سلسله مراتب مشخصی دارند. در صدر فعالیت های رسانه ای، خواندن کتاب و مجله توصیه می شود و دربارهٔ تلویزیون، اخبار بر سرگرمی برتری دارد. جوزف می گوید:

آدم های باسواد روزنامه می خونن. خب فکر نمی کنم این کار نزد بچه ها رایج باشه.

زِد:

از کی شروع به خوندن روزنامه کردید؟ از وقتی به کالج رفتید؟

جوزف:

در واقع روزنامه در کالج به دستم می رسید. روزنامهٔ شیکاگو برام فرستاده می شد.... سی و پنج سال پیش تلویزیون اهمیت کمتری داشت و حتی مزاحم بود. بیشتر مردم روزنامه می خوندن. منظورم اینه که ما در اتاق کالج، تلویزیون نداشتیم. در اون زمان تلویزیون، فقط صفحه ای با نقطه های کوچیک سیاه و سفید بود. منظورم اینه که دنیا در اون زمان متفاوت بود. این انتقاد نیست بلکه بیان واقعیته. من به شخصه دوست دارم بچه ها علاوه بر تماشای تلویزیون، کتاب، روزنامه و نشریات هم بخونن و به خصوص بچه‌های بزرگ تر، برنامه های شبکه CNN رو ببینن. آدام (پسر بزرگ ترشان) از بیننده های همیشگی این برنامه است.

زِد:

من هم اون رو می بینم؛ همین طور برنامه های شبکه های CNBC و MSNBC و CNN رو می بینم.

البته شاید این موضوع تعجب آور نباشد که بفهمیم افرادی که واقعاً از نظر نگاهشان سکولار هستند، چندان درباره روابط بین رسانه ها و مذهب یا معنویت فکر نمی کنند؛ پس این واقعیت که سکولارهای مورد بحث شبیه کسانی هستند که با آن ها مصاحبه کردیم، قابل توجه است. شاید انتظار داشتیم خانواده هایی مانند مُرفی ـ گوردُن و خانواده آبراهام از نظر رفتارهای رسانه ای و خود بیان گری، تفاوت های مشخصی با دیگر گروه های مذهبی تر داشته باشند. این خانواده های سکولار می دانند که تفاوت آشکاری با دیگر خانواده های مصرف کننده رسانه ها دارند و این تفاوت ها را با غرور بیان می کنند. آن ها مواجههٔ خود با رسانه ها را نسبت به دیگران کمتر همراه با داوری می دانند و با غرور اعلام می کنند که از نظر انتخاب های رسانه ای‌شان، کمتر جنبه اخلاق گرا دارند. هم‌چنین، به نظر می آید با استفاده از رده بندی ها، افکار برگرفته از نقد هنر و فیلم، به تحلیل و نقد رسانه ها می پردازند؛ در حالی که به نظر می آید دیگر خانواده ها رسانه ها را بیشتر از دریچه نگاه والدین می نگرند و عملکردی هدایت گرانه برای خود قائلند پس طبعاً جهت گیری متفاوت تر و ارزیابانه تری می یابند.

نتیجه گیری و اظهارنظر دربارهٔ هر پنج رده بندی

نتیجه گیری و اظهارنظر دربارهٔ هر پنج رده بندی

در این جا شباهت ها بیش از تفاوت هاست. ما این بررسی را با امید

یـافتن تمایزهای آشـکاری بین رده بنـدی های مختلفی آغاز کردیم که شایـد بتوانیم از طریق آن ها رویکردهای نمونه وار این رده ها را تشریح کنیم. مهم ترین موارد، شباهت های ناشی از این فکر است که رسانه ها (و به ویژه تلویزیون) فرهنگی عمومی را شـکل می دهند که همه خانواده ها در آن زندگی می کنند و همه تا اندازه‌ای می خواهند از آن برخوردار شوند. ما شواهد این امر را در فصـل هـای پیش دیـدیم. جـایی که دربـاره شـفافیت، فراگیربودن و حضور همه جـانبه این رسـانه ها در زنـدگی روزمره خانواده ها بحث کردیم. از نظر بیشتر این خانواده ها، حتی کسانی که آشـکارا با زنـدگی مـذهبی قرابت دارند، انگیزه های قدرتمنـدانه ای برای اسـتفاده از رسانه های مشابه وجود دارد. در مصاحبه های یادشـده، همین نکته که تلویزیون فرهنگی عمومی و بدیهی است، با سه استدلال بیان می شود. نخست، مفهومی که جی میلیکِن آن را به روشن‌ترین شکل بیان کرد؛ این که تلویزیون توقع یا حق طبیعی پنداشـته می شود. وی می گوید علت تماشای تلویزیون و انتخاب برنامه های خاص آن، به این موضوع برمی گردد که خود و اعضای خانواده اش فقط دو شـبکه را می توانند ببینند. به نظر می آید آن ها در سطحی بنیادین از فعـالیت هـای انسانی انتظار تلویزیون را می کشـند و تماشای اش می کننـد. البته این موضوع بیشتر درباره بچه ها صـدق می کنـد. مطالعـات ما دربارهٔ این خانواده ها (و بسـیاری از افراد دیگر) نشان می دهـد تلویزیون برای کودکان و نوجوانان و رسانه های دیگر یکی از واقعیت های زندگی به شـمار می‌آید. دومین استدلالی که بر اساس آن، رسانه ها فرهنگی عمومی را شکل می دهند، با این فکر مرتبط می شود که آن ها

مجموعه ای مشترک از زبان ها، نمادها و افکاری هستند که خانواده های ما برای سوار بودن بر موج فرهنگی در آن ها مشارکت می جویند. حتی جزم اندیش ترین و ضد رسانه ترین زوج (دانگل ها) پیش از خواب شبانگاهی، برنامه های دیروقت گفت و گوی تلویزیونی را می بینند.

بیشتر کسانی که با آن ها مصاحبه کردیم، به گرایش ها و ژانرهای اخیر تلویزیون علاقه دارند و حتی به طور منظم، برنامه های اش را تماشا می کنند. مسیحیان بازمتولد افکار روشنی دربارهٔ تمایز میان ایمان خود و ایمان دیگران (حتی با در نظر گرفتن سلیقه های رسانه ای) مطرح می کنند ولی از نظر نگرش و برخورد با رسانه ها، بسیار شبیه دیگرانند.

آخرین استدلالی که رسانه ها را به منزلهٔ فرهنگی عمومی در نظر می گیرد، ظرفیت آن ها برای نشان دادن افکار و نمادهای معتبر و مهم فرهنگی به شیوه ای قدرتمندانه و جذاب است. رسانه ها تا اندازه‌ای به دلیل توانایی خود برای انجام این کار، عمومی به شمار می‌آیند. هم‌چنین، به دلیل آن که می توانند خود را از جنبه زیبایی شناختی در چهارچوب هنجارها و افکار گسترده فرهنگی قرار دهند. تقریباً تمام افرادی که در این جا با آن ها صحبت کردیم، این ظرفیت رسانه ها را تشخیص و به آن واکنش نشان می دهند. همزمان به نظر می آید این یکی از ظرفیت های رسانه باشد. به ویژه دربارهٔ رسانه هایی که سکولار نامیده می شوند و حتی نزد مصاحبه شوندگان اوَنجلیست و بازمتولد که رسانه های سکولار را بر رسانه های مذهبی ترجیح می دهند.

پویایی های رسانه به منزله فرهنگ عمومی در خانواده ها نیز اهمیت دارد. در این زمینه، پویایی های نهادینه و جنسیتی خاصی

دست اندرکارنـد. همـان طور که در جایی دیگر و در این صـفحات اشاره کردم، کودکان و جوانان، رسانه ها را با روش های متفاوت از والـدین خود مشاهده می کنند. در این مورد به نظر می آید فرهنگ عمومی جوانان، اهمیت بیشتری دارد. هم‌چنین، تمایزهـای جالبی میان مردان و زنان دیـده می شود. گرچه زنان و مردان علاقه‌های مشترکی به رسانه ها دارنـد، به نظر می آید که مردان رسـانه ها را با خودانتقادی کمتری در مقایسه با زنان ملاحظه می کننـد و زنان دست کم در این مصاحبه ها، بیش از مردان رسانه ها را از دریچه نگاه مادرانه_ پدرانه می نگرند. دیگر وجه شباهتی که میان این رده ها وجود دارد، مرتبط با توافق گسترده بر سر چیزی است که توضیح دربارهٔ رسانه ها نامیده ایم. به نظر می آید برجسته ترین وجه این توافق، اهمیتی است که والـدین برای پیشبرد مهارت های فرزنـدان در اسـتفاده از رسانه ها و نه اِعمال نظر خود بر آن ها قائلند. به جز جزم اندیشان که گویی بیش از همه به کنترل برنامه های رسانه ای علاقه دارند، دیگران می خواهند فرزندان شان بر اساس ارزیابی فردی دست به انتخاب بزنند؛ این که بتوانند به طور مسـتقل دربارهٔ چیزهایی که می خواهند ببینند و کارهایی که مایلند انجام دهند، تصمیم بگیرند. البته در توضیحات آن ها دربارهٔ انواع خاصی از برنامه ها، ژانرها و ارزش های رسانه ای توافق کمتری دیده می شود.

به نظر می آیـد دربارهٔ تمام رده بندی ها، توضـیح دربارهٔ رسانه ها عرصه مهمی است که تمایزهای قابل توجه و آشـکاری بین هویت هـای مـذهبی یا معنوی آن ها و هویت های دیگران ترسـیم می کننـد. به هر حال ماهیت این توضـیحات، متغیر است. از نظر سکولارها و جویندگان مابعدالطبیعه،

ایجاد فاصله بین خود و نقدهای اخلاق گرا درباره محتوای رسانه ها، موضوعاتی چون نمایش صحنه های جنسی و کفرآمیز مهم است. می توان پیش بینی کرد که جزم اندیشان و مسیحیان بازمتولد، بیش از همه دغدغه مسائل اخیر را داشته باشند. مهم ترین دغدغه مؤمنان معاصر، جویندگان و سکولارها، خشونت است که البته برای مسیحیان بازمتولد هم عاملی نگران کننده در رسانه ها محسوب می شود. تنها وجه اشتراک این گروه های مختلف، توافق گسترده تر بر سر موضوع خشونت نیست بلکه تقریباً تمام خانواده ها سلسله مراتب رسانه های قابل قبول را پذیرفته اند که رسانه های صفحه ای ـ پرده ای (به جز برخی از فیلم ها) پایین ترین جایگاه این رده بندی را دارند و خانواده ها ترجیح می دهند فرزندان شان مطالعه کنند یا برای دریافت اطلاعات به اینترنت مراجعه کنند. در بین خانواده هایی که بررسی کردیم، همگی ـ جز جزم اندیشان ـ احساس می کنند برخی از مسائلِ مرتبط با محتوا و رفتار رسانه ای، در اثر انتخاب مستقل بروز پیدا می کنند. بسیاری از این خانواده ها آرشیو ویدیویی دارند و تماشای آن ها را جزو مهم ترین موارد استفاده از رسانه ها می دانند (گرچه کاملاً آشکار است که حتی این خانواده ها نیز حجم زیادی از آثار رسانه ایِ خارج از خانه را نیز ملاحظه می کنند). هم‌چنین، برخی از این خانواده ها به طور مشترک پذیرفته اند که مسئله آن ها با رسانه های صفحه ای ـ پرده ای بیشتر با مدت زمانی که صرف تماشای آن ها می شود و مخاطب را از انجام فعالیت ارزشمندتر باز می دارد، ارتباط می‌یابد و نه انتقال ارزش ها. تقریباً همه این خانواده ها در ایجاد ارتباط بین رسانه ها با ارزش های مذهبی یا معنوی، اعتقادات و

رفتارهای خود دچار مشکل هستند. گویی توصیفی از رسانه ها وجود دارد که باعث ایجاد تضاد بیشتر می شود. عده کمی می توانند به راحتی درباره رسانه هایی صحبت کنند که ایمان، اعتقادات مذهبی یا معنوی آن ها را تحت تأثیر قرار دهد یا بیان کند. مسیحیان بازمتولد و جزم اندیشان بیش از همه درباره رسانه ها و مذهب سخن گفته اند. در بین خانواده هایی که در این رده ها جای می گیرند، این احساس مشخص و دقیق وجود دارد که باید بین رسانه ها و ایمان، پیوندها و تمایزهای آشکاری وجود داشته باشد. به نظر نمی رسد این امر به شکل گیری روش هایی لزوماً متمایز یا ضروری برای برخورد، به کارگیری یا تأویل رسانه ها منجر شود؛ برای نمونه، مسیحیان بازمتولد از رسانه هایی با عنوان مذهبی پرهیز دارند(۱) و چنان که پیش‌تر گفتم، ارزیابی‌شان از رسانه ها نشان دهنده اعتقادها یا ایمان آن ها نیست.

چنان که اشاره کردم وقتی برای نمونه دربارهٔ برنامه های مناسب می پرسیم، پاسخ متعارف، معمولاً به طریقی با برنامه های ملایم پیوند می‌یابد؛ داوری هایی که واقعاً متفاوت با آن هایی نیست که والدین در رده بندی های خود مطرح می سازند. پس به نظر می آید این داوری ها دربارهٔ رسانه ها، بیشتر با نقش آن ها در مقام والدین و نه مسیحیان بازمتولد ارتباط می‌یابد. البته، باید اشاره کنیم که در تمام مصاحبه های مربوط به پنج رده مورد بحث، به جز تلویزیون، بقیه رسانه ها ارتباط بیشتری با مذهب و معنویت دارند. به نظر می آید موسیقی، شکلی

۱- به جز دربارهٔ آن هایی که از رسانه های جایگزین (برای نمونه کتاب یا فیلم ویدیویی مخصوص کودکان که به وسیله سازمان های مذهبی تهیه شده) استفاده می کنند.

رسانه ای باشد که غالباً ارتباط نیرومندتری با ایمان و اعتقاد اصیل دارد. بقیه به فیلم ها و کتاب های ارزشمندی اشاره کردند. به نظر می آید سطح مشخصی از رویکرد رسانه ای، تحت سیطره جهت گیری به سوی فرهنگ واسطه و عمومی از طریق رسانه های فراگیر تلویزیون، اینترنت (برای جوان ترها) و بازی های ویدیویی است. در سطوح دیگر تبیین، جایی که ارتباط های ژرف تر یا بهتری جست وجو می شوند یا اهمیت می یابند، شکل های رسانه ایِ دیگر مورد توجه قرار می گیرند. نکته مهم تر این است که، نزد خانواده هایی با گرایش های مذهبی و معنوی، تمام انواع این رسانه ها ملاحظه و استفاده می شوند.

به نظر می آید تمایز، عنصر مهمی در داوری ها و افکاری باشد که در این جا بیان شده است. مسیحیان بازمتولد و جزم اندیشان، خود را از نظر نگرش به رسانه ها جدا از فرهنگ روز می دانند (هر چند شاید به روش های متمایزی رفتار نکنند). سکولارها و جویندگان مابعدالطبیعه خود را از اخلاق زده ها که در بخش دیگری از جریان فرهنگی قرار گرفته اند، جدا می دانند. نکته جالب آن که به نظر می آید مؤمنان معاصر، گروهی هستند که کمتر می توانند این تمایز را تبیین کنند. گویی از نظر آن ها صِرف به روزبودن در نگرش به رسانه ها و نیز اعتقادات و رفتارهای مذهبی‌شان اهمیت خاصی دارد. این موضوع مهم و جالب است. مشخص است که توضیحات پیرامون رسانه ها به صورتی که در این روایاتِ خود بیان می شوند روش های مهمی هستند که به وسیله آن ها افراد، خانواده ها و گروه ها جایگاه خود را با ارجاع به جریان فرهنگی تعیین می سازند. گرچه شاید توصیف روش هایی که رسانه ها از

طریق آن ها به طور مستقیم به مفاهیم تبیین شده مذهبی یا معنوی می پردازند، آسان نباشد؛ ولی این فرض وجود دارد که ایمان شخصی، اعتقاد یا رفتار باید نگرش های آشکاری را دربارهٔ رسانه ها در نظر بگیرد. این واقعیت که ما تمایزهای آشکاری بین رده بندی ها مذهبی ـ معنوی که شاید در این جا انتظارشان را داشته باشیم نمی یابیم، خود به تأملاتی در این باب می انجامد. شاید دلیل اصلی در نکته ای باشد که پیش‌تر به آن اشاره کردم، این که مردم مایلند به طریقی با رسانه های خاصی دست کم به منزله منابعی در فرهنگ عمومی مرتبط شوند. هم چنین از دیدگاه های مختلف مذهبی، آن ها به راحتی رسانه ها را با جنبه های اصلی زندگی مذهبی مرتبط نمی سازند. نمی خواهم بگویم که هیچ ارتباطی وجود ندارد؛ زیرا دیده ایم (و خواهیم دید) که به هر حال ارتباطی وجود دارد. باید بگوییم به دلایل مختلفی مرتبط با زمینه های اکتسابی اجتماعی که توصیف رسانه ها را بر اساس آن ها ارائه می دهیم، ما به راحتی نمی توانیم ارتباطی را تشخیص دهیم یا تبیین کنیم. نمی خواهیم خودمان را تحت تأثیر رسانه ها (یا حتی متأثر از مرجعیت روحانی یا نهادهای مذهبی) بدانیم. منظور این است که درک اکتسابی درباره اهمیت رسانه ها اساساً به دلیل تأثیرهایی که بر جا می گذارد باعث می شود تا به دشواری دربارهٔ تأثیرگذاری آن ها بر زندگی مذهبی یا معنوی خودمان بیندیشیم؛ در عین حال نمی خواهیم خود را نیازمند اوامر دیگران یا فرمانبرداری کورکورانه از آن ها بدانیم؛ پس دشوار می توان تصور کرد که مذهب یا معنویت هم بر رسانه ها تأثیر بگذارند. هم چنین در این جا ملاحظه کردیم که برخی از فرضیات آسان دربارهٔ

رده بنـدی پایه و انتظارات ما، تا انـدازه‌ای نیاز به نقـد دارد. از جنبه ای در مطالعاتِ ما بسـیار مهم است که تفاوت ها از آن چه انتظـار داشـتیم کمـتر اسـت. در عرصه اسـتقلالِ خودآگاهـانه است که مردم خـود را بـا تـوجه به عملکرد فرهنگی و اجتمـاعی ارزیـابی می کننـد. تقریباً همه افراد و خانواده هایی که در این جا دیـدیم، به روش بنیادین می خواهنـد خود را مسـئول اصـلی زنـدگی مـذهبی شان بداننـد. این زبان در خانواده هایی که آن ها را جزو مسـیحیان بازمتولـد شـمردیم، به اندازه جویندگان و معتقدان به مابعدالطبیعه مشترک است. منظور آن که، یکی از پویایی های اساسـی که به آن اشاره کردم، در این جا مطرح می شود: جویندگی مستقل، کنشی که در تمام رده بندی ها وجود دارد و محدود به یک یا دو مورد از آن ها نمی شود.

در فصل بعد مصاحبه ها را به شـیوه متفاوتی بررسـی خواهیم کرد. در آن جا با دقت بیشتر مشخص می شود که شاید رسانه ها بـا روایـات ژرف تر و بنیـادی تر با خودِ مـذهبی یا معنوی مرتبط شونـد. این روش متفاوتی برای نگریسـتن به موضوعات مورد بحث است. رویکرد آتی مـا بـا رویکرد القـایی در این فصـل تفـاوت دارد و بـا وجه اسـتدلالی پر رنگ تری به موضوعات می نگرد. چنان که پیش تر اشاره کردم بسـیاری از مصاحبه شوندگان ما به دشواری می توانسـتند روش هایی را توصیف کنند که زندگی مذهبی یا معنوی آن ها در رسانه ها را منعکس می کند؛ البته در بسیاری از مصاحبه ها به جایی می رسیم که رسانه ها در نهایت می توانند چنین موضوعاتی را تبیین کنند.

در فصل هشتم بخش هایی وجود دارد که در آن، مصاحبه ها مجموعه

روش هایی را آشکار می‌کند که به گمان مصاحبه شوندگان، رسانه ها از طریق آن ها با زندگی ایشان مرتبط می شوند.

پاره هشتم: بازنمایی نتایج

اشاره

پاره هشتم: بازنمایی نتایج

یکی از نظرات همیشگی درباره شیوهٔ ارتباط رسانه ها و مذهب، ریشه در مفاهیم اجتماعی گسترده تری از قدرت و نفوذ رسانه ها در زندگی اجتماعی دارد؛ البته اظهارنظرهای مربوط به این که چگونه نفوذ رسانه ها ممکن است بر افکار مذهبی تأثیر بگذارد، بیش از نظرات مربوط به چگونگی تأثیر احتمالی مذهب بر رسانه ها رواج دارد.(۱) در بخش قابل توجهی از گفتمان های مربوطه، از اثرات بالقوه منفیِ رسانه های غیرمذهبی سکولار بر اعتقاد و رفتار مذهبی اظهار تأسف شده است. چنان که گفته ام بررسی های ما در این کتاب روشی برای آزمودن چنین افکاری است. در فصل حاضر به این مسئله خواهم پرداخت که چگونه

۱- این نظر بیشتر از سوی منتقدان محافظه کار از جمله مِدوِد (۱۹۹۲) ابراز شده ولی حتی پژوهشگرانی که دیدگاه متعادل تری دارند، مانند وارِن (۱۹۹۷)، چنان که خودمان هم گفته ایم، معتقدند که قدرت رسانه ها بیشتر است.

رسانه ها می توانند نتایج مذهبی داشته باشند و به روش های مذهبی یا به روش هایی شبیه مذهب مورد استفاده قرار گیرند.(۱)

در فصل سوم به بررسی مجموعه روش های ممکن برای برقراری رابطه میان مذهب و رسانه ها پرداختیم. این موارد شامل روش های اساس گرا، کهن الگویی، فرمی، واقع گرا، تحول گرا و دیگر رویکردها می شوند. مفهوم تأثیر یا نتایج آثار رسانه ای در بسیار از این دیدگاه ها به شکل تلویحی و با تکیه بر این فرض وجود دارد که رسانه ها می توانند با اتخاذ شیوه هایی قدرتمندانه به اعتقادات، نمادها یا افکار بپردازند یا آن ها را تبیین کنند. این موضوع باید در بحث های ما آشکار باشد که الگوی مورد نظر ما در این جا کارکرد یا تأثیر را بدیهی نمی پندارد، بلکه به این موضوع می پردازد که چگونه افراد با رسانه ها تعامل برقرار و از آن ها استفاده می کنند تا به بازنمایی خود و زندگی شان بپردازند. این موضوع، مسائلی را دربارهٔ نتایج یا تأثیر رسانه ها مطرح می سازد و در پی آن است که پرسش های مربوط به نتایج را با درکی پیچیده و متوازن از پیش شرط های تعامل با رسانه ها و خلق معانی مطرح سازد. چنان که دیده ایم بین متن و ادراک، فاصله فراوانی وجود دارد. یکی از مهم ترین ابعاد این فاصله به روش هایی مربوط می شود که مردم از طریق آن ها در جوار رسانه ها زندگی می کنند، همان توصیف (توضیح دربارهٔ) رسانه ها

۱- در پژوهش گرگور گوثالس (۲۰۰۰) مثالی گویا و قانع کننده دربارهٔ کارکردهای مذهبی یا شبه مذهبی رسانه ها در تجربه مخاطب وجود دارد. گوثالس همواره یکی از پژوهشگران تأثیرگذار و طرفدار خوانش دورکهیمی از مذهب در رسانه ها بوده است و بدین ترتیب بر نتایج و کارکردها تأکید می کند. گرچه تأکیدش بر مخاطب جمعی و نه فردی است.

که در این مصاحبه ها دیده ایم، ولی فراسوی این توضیحات می توانیم به بررسی چگونگی تجربه و تعامل مردم با رسانه ها بپردازیم.

دیدیم که چگونه خود بیانگری مصاحبه شوندگان ما به شیوه هایی بنیادین با رسانه ها و مذهب _ معنویت ارتباط می‌یابد. به نظر می آید رسانه هایی خاص، مبنای مهمی را برای مشارکت در فرهنگ و جامعه شکل می دهند. نیاز به ارتباط با رسانه ها، تبدیل به نوعی توقع شده است که بخشی از فرهنگ محسوب می شود. این موضوع حتی دربارهٔ افرادی که انتظار می رود اعتقادات مذهبی، معنوی و عملکردشان آن ها را از ارزش های رسانه های سکولار جدا سازد هم صدق می کند. در خانواده هایی که فرزند دارند نوعی فشار بی وقفه در استفاده از رسانه ها دیده می شود. این موضوع از یک طرف ریشه در گرایش طبیعی کودکان به رسانه ها و از سوی دیگر در تصویر رسانه ها از فرهنگ کودکان و جوانان در زندگی معاصر دارد؛ البته به نظر می آید که والدین نیز جذب رسانه ها شده اند و می خواهند بخشی از این گفتمان فرهنگیِ واسطه و عظیم باشند. منظور آن که، انتظار می رود رسانه ها به منزلهٔ نوعی مبنا در بیشتر خانواده ها با سنت ها و پس زمینه های مختلف، حکم واقعیتی بدیهی و آشکار را داشته باشند. هم‌چنین به نظر می آید مردم در ایجاد ارتباطی آشکار بین زندگی رسانه ای و زندگی مذهبی یا معنوی خود با مشکل مواجه شوند. توضیحات آن ها دربارهٔ رسانه ها، نشان‌دهندهٔ این فرض مشترک است که رسانه ها نباید رابطه ای مثبت با معنویت یا مذهب داشته باشند. وضعیت یادشده با در نظر گرفتن دیدگاه حاکم بر این تفاسیر، پیچیده می شود. مطابق با این تفاسیر، فقط رسانه هایی که

عامدانه جهت گیری مذهبی یا معنوی دارند می توانند تجربیات مذهبی یا معنوی خانوادگی یا جمعی را منعکس کنند.

در اغلب مصاحبه های ما، تأثیر کار به این صورت است که مردم نقشی را برای زندگی رسانه ای خود در پیوند با مذهب یا معنویت در خودبیانگری شان شرح نداده اند؛ البته رسانه ها چنان حضور مشترک و فراگیری در زندگی های ما دارند که برخی از ارتباط ها، گریزناپذیر می نماید. برای بیشتر آن ها چیزی که توضیح دربارهٔ رسانه ها نامیده ایم، بین استفاده آن ها از رسانه ها و درکشان از روش های ارتباط رسانه ها با زندگی مذهبی و معنوی مطرح می شود. منظور آن که در بیشتر موارد ناچار شده ایم این پرسش ها را به شیوه ای غیر مستقیم تر بیان کنیم. برای نمونه همان طور که دربارهٔ کِلن دانگل در فصل چهار دیدیم غالباً روش هایی وجود دارد که مردم به وسیلهٔ آن می توانند رسانه ها را در پیوند با زندگی مذهبی خود تشریح کنند، ولی ارتباط های معنی دارتر فقط بعد از قدری تفکر و گفت وگو ایجاد می شود؛ برای نمونه دربارهٔ کِلن، مجموعه تلویزیونی نمایش اندی گریفیث به شکلی اساسی و دلالت گر مفهومی از خودِ مذهبی، معنوی و اخلاقی او را در بر دارد. او توانست توضیحی پیچیده و معنی دار از چگونگی ارتباط این برنامه با مفهوم زنده خود، هویت و ارزش های هنجاربخش ارائه دهد. البته این کار هم به سهولت میسر نشد. لازم بود که او و مصاحبه گر پیش از آن که صحبت هایشان به اندی گریفیث بکشد، درباره موضوعات فراوانی بحث کنند. هنگامی که آن برنامه پایان یافت کِلن به افکار و معانی مهمی رسیده بود.

در فصل پیش دیدیم که رده بندی های اکتسابی در تجربه و عملکرد مذهبی معاصر به راحتی با روش های تفکر درباره رسانه ها و استفاده از آن ها مرتبط نمی شود. به نظر می آید در این جا وجوه اشتراک، مهم تر از تفاوت ها باشد. در این فصل از دیدگاهی کاملاً متفاوت به برخی از مصاحبه شوندگان خود می پردازیم.

در فصل گذشته این فرض را مطرح کردیم که در عملکرد و اعتقادات رسانه ای مبتنی بر گرایش های مذهبی یا معنوی موجود تفاوت هایی وجود دارد. این فرض بر اساس پیوند ها، علایق و همدلی های محتمل شکل گرفته است که شاید وجود داشته باشد. در این جا مسیرمان را عوض و توضیحاتی را بررسی می کنیم که مصاحبه شوندگان از طریق آن ها به بیان نقش رسانه ها در مفهوم خود، هویت یا معنای وجودی شان می پردازند. این رویکرد عملاً بسیار شبیه روشی متداول است که با آن رسانه ها را از جنبه تأثیر بر مخاطبان بررسی کردیم. چنان که گفته ام این تأثیرها فقط بخشی (در بعضی موارد بخش مهمی) از داستان را تشکیل می دهند؛ ولی همواره در افکار و سخنان ما دربارهٔ رسانه ها این انتظار وجود دارد که زمان ها و روش آن ها از قدرت بیشتری برخوردار باشد. ما این موضوع را با معرفی مجموعه ای از رده بندی های معنی، تأثیر یا کارکردهایی که در مصاحبه ها یافت می شود بررسی خواهیم کرد.

بحث دربارهٔ تأثیر رسانه ها، به ویژه در پیوند با مذهب و معنویت تداوم یافته است و مجموعه ای از افکار متفاوت دربارهٔ چگونگی تأثیر رسانه ها بر مذهب و برعکس، نقش مهمی در نوشتارهای اجتماعی ـ اکتسابی این عرصه برعهده گرفته است. رده بندی های مورد بحث ما

برگرفته از همـان گفتمـان هسـتند و دیـدگاه هـای مـا در حکم تحلیل گر و دیـدگاه مصاحبه شونـدگان را هنگام گفت‌وگو از افکار و تنش های شان در برمی گیرد. این تعامل بین عناصـر تحلیلی و خودبیانگرانه با توجه به استدلال هایی قابل درک است که پیش‌تر پیرامون ماهیت گفتمان در رسانه ها مطرح کردم. در موقعیتی که چنین افکاری از یک سو تبدیل به بخشی از گفتار عمومی دربارهٔ رسانه ها می شود، از سوی دیگر به دسـتمایه ای برای تحلیل کارشـناسان تبدیل می‌گردد و نیز دستمایه ای برای بازتاب وظایف والدین و مخاطب گیری رسانه ها. پس بررسـی شـماری از افکار دربارهٔ کاربرد و تأثیر رسانه ها که تا مدت ها بخشـی از افکار کارشـناسان را به خود مشـغول کرده است، نباید ما را به تعجب وادارد. معلمان، نویسندگان، کشیشان سخنور، معلمان مذهبی و مدرسان زبان رسانه ها، همگی از انواع کاربردها و تأثیرهایی که در این صـفحات بررسـی کردیم سخن گفته اند.

رده بنـدی هایی که در این جا می نگریم برگرفته از دو منبع هسـتند؛ نخست، از تحلیل هایی می آینـد که شایـد ضـمن بازبینی ادبیات در رسانه ها و فرهنگ و تفکر درباره مسائل مذهب، ایمان و معنویت انتظار داشـته باشـیم. دوم، از مصاحبه ها هم برمی آینـد، جـایی که از مردم می خواهیم دربـارهٔ تعامـل خود بـا رسـانه ها نظر بدهنـد. در هر دو مسـیر می توانیم به نخستین سـطح ارتباط که پیش تر در کتاب از آن سـخن گفتیم بنگریم، سـطحی که آن را تجربیاتی در عرصه رسانه ها نامیـدیم. در حالی که به نظر می رسـد موضوع‌هـای مطرح شـده در فصـل های پنجم، شـشم و هفتم به توضـیح پیرامون رسانه ها می پردازنـد، بخش عمده چیزی

که در این فصل خواهیم دید، مربوط به گزارش هایی است که مصاحبه شوندگان پیرامون تجربیات مستقیم خود با برخی از متون خاص رسانه ای ارائه می دهند. هم زمان چنان که خواهیم دید، این وضعیت دو سطح دیگر تعامل پیرامون رسانه ها و توضیح دربارهٔ رسانه ها را تداعی می کند. در بیشتر روایاتی که ملاحظه کردیم، به سختی می شود این سطوح را از هم جدا کرد و می توان آن ها را به دلایل قابل توجهی دارای ارتباط درونی و تعامل دانست.

رده بندی هایی که در این جا ملاحظه خواهیم کرد از دیدگاه افراد خاص تشریح می شوند، آن ها دربارهٔ نقش و تأثیرهای رسانه ای به اظهارنظر می پردازند. این توصیفات شامل موارد زیر هستند: ۱) رسانه ها واقعاً مرا تحت تأثیر قرار می دهند؛ ۲) به من الهام می بخشند؛ ۳) مرا به تفکر یا رفتار خاصی هدایت می کنند؛ ۴) رسانه ها به من اطلاعات می دهند؛ ۵) می خواهم با آن ها احساس صمیمیت کنم؛ ۶) مرا توصیف می کنند؛ ۷) من با استفاده از رسانه ها خودم را توصیف می کنم؛ ۸) می خواهم رسانه ها را به چالش بطلبم و رد یا تأیید کنم؛ ۹) آن را برای گفت وگو با بچه ها یا دیگران درباره ارزش ها و اخلاقیات به کار می برم.

مهم است تا رویکرد این مصاحبه ها را که منجر به پدیدآمدن چنین روایاتی شده است تکرار کنیم. پیش‌تر گفتم که ما به سختی تلاش می کنیم تا جای ممکن، بحث های ما درباره این موضوعات با مصاحبه شوندگان نامحسوس باشد. نمی خواهیم آن ها را به نتیجه گیری سوق دهیم یا شرایط بحث یا تحلیل را تعیین کنیم. ترجیح می دهیم این آموخته ها از خود مکالمات برآیند نه آن که به وسیلهٔ مکالمات

هـدایت شونـد. پس آن چه در این جا بررسـی می کنیم، نتایج این روند (دست کم آرزو داریم) نامحسوس نیمه ساختاریافته و هدایت نشده است.

آن چه در ادامه می آیـد، مجموعه روش هـایی است که برگرفته از مصـاحبه هـای مـا هنگـام اظهـارنظر مردم دربـارهٔ تجربیات مسـتقیم تر خود بـا نمادهـا و محصولاـت رسـانه ای است. پیش تر برخی نکات را از زبان مردم شـنیدیم. توضـیحات مـذکور با توجه به مکالمات پیشـین جالب هسـتند. در این جا می بینیم که چگونه مصاحبه شوندگان درباره رسانه ها به منزله محصولات یا تأثیرهایی فعال بر تجربیاتشان سخن می گویند.

سه عرصه نخست کلًا در زیرمجموعه کارکردهای اولیهٔ مذهبی یا معنوی رسانه ها قرار می گیرند. این ها به منزله کارکردها یا تأثیرهـایی شـمرده می شونـد که شایـد دیگر کارکردهـا را تحت تـأثیر قرار دهنـد، بـا آن هـا به رقـابت بر خیزنـد یـا جـایگزین چیزهایی شوند که آن ها را مؤلفه های اساسی رهبانیت و عملکرد مذهبی می دانیم.

«مرا به شدت تحت تأثیر قرار می دهند»

«مرا به شدت تحت تأثیر قرار می دهند»

بخش عمـده گفتمـان های اکتسابی دربارهٔ روابط بین رسانه ها و مـذهب تا سـطحی بر این پایه اسـتوار است که دسـتمایه های رسانه ای، قـدرت منحصـربه فردی برای متقاعدساختن و تأثیرگذاری دارند. حتی به نظر می آید برخی از نظراتی که در فصـل های اول و دوم شنیدیم گویای آن است که شاید رسانه ها قدرتی بی نظیر برای رقابت با آموزه ها و تأثیرهای معنوی و مذهبی در زندگی های فردی داشته باشند. پس شاید انتظار

برود برای مصاحبه شونـدگان ما عادی باشد که با رسانه هایی با چنین قدرتی احساس همدلی کنند. در واقع چنان که دیده ایم مصاحبه شونـدگان ما غالباً تمایلی به پذیرش این موضوع ندارند که رسانه ها تأثیرهایی همه جانبه بر جای می گذارند. در این جا دو مثال وجود دارد که این نقش رسانه ای را فاقد نوعی نیروی احساسی می داند.

فِرد کلاین، پـدر پنجاه ساله که دو فرزنـد دارد در پاسخ به این پرسـش که آیا هرگز نکته یا موضوعی معنوی در فیلم ها دیده است چنین پاسخ می دهد:

... در صدر فهرستِ من، فیلم کشـتن مرغ مقلد(۱) قرار می گیره. اون رو وقتی که فقط هشت سالم بود دیـدم.... مجـذوب فیلم شدم و تحت تأثیر اون قرار گرفتم؛ پس بلافاصـله کتابی رو که فیلم از اون اقتباس شده بود، خوندم. علت علاقه من به این فیلم تا حدی به خاطر سـیاه و سفید بودن، سادگی و تأثیرگذاری داستانش بود و در سراسر زندگی با من همراه بوده. هنوز هم وقتی اون رو می بینم تحت تأثیرش قرار می گیرم. واقعاً فیلم فوق العاده ایه.

بیشتر ما می توانیم به چنین نمونه هایی فکر کنیم، جایی که تلویزیون، فیلم، کتاب یا نمایش ما را به شـیوه ای ژرف و مانـدگار تحت تأثیر قرار می دهد. هم‌چنین جای تعجب ندارد که فِرد (کسـی که نگرش هایش دربارهٔ رسانه ها کمتر از والدینِ محافظه کارِ مـذهبی جنبه اخلاق گرایانه دارد) یک فیلم سـکولار را در تقابل با فیلم مـذهبی در حکم اثری مشـخصاً تأثیرگذار یا الهام بخش معرفی کند. جالب است اشاره

۱- To Kill a MockingBird فیلمی از رابرت مالیگـان. بـا بازی گریگوری پگ و رابرت دووال. محصول ۱۹۶۲ آمریکا. (م.)

کنیم که از نظر فِرد این فیلم، جزو آثاری است که در کل زندگی اش با آن همراه بوده است. وی فیلم را در زندگی اش بسیار تأثیرگذار می داند و حتی اکنون که به بزرگسالی رسیده آن را جذاب و تکان دهنده می داند.

رُکسانِ کانر مانند فِرد کلاین، بیشتر جوینده است تا سنت گرا. او نیز فیلم را منبعی برای این نوع تجربه تکان دهنده می داند.(۱)

مصاحبه گر:

آیا تا کنون به جست وجوی چیزی مرتبط با معنویت در تلویزیون یا سینما، اینترنت، موسیقی یا دیگر رسانه ها پرداخته اید؟

رُکسانِ:

در اینترنت نه، ولی مسلماً فیلم ها و موسیقی هایی هستن که من رو از جنبه معنوی تحت تأثیر قرار دادن یا دست کم پیامی مذهبی و معنوی از اون ها گرفتم.

هم‌چنین رُکسانِ به چگونگی تأثیرگذاری فیلم و موسیقی و نیز تأثیر آن در زندگی معنوی‌اش آگاه است. جالب است که وی در تجربه اش، اینترنت را فاقد چنین ظرفیتی می داند. به نظر می رسد نکته قابل توجه این است که گویا فرض می شود رسانه هایی خاص می توانند تأثیری عاطفی بر بینندگان و مخاطبان بگذارند. نه فِرد و نه رُکسانِ از این تجربه رسانه ای به افکار متعارف تری دربارهٔ مذهب، ایمان یا معنویت نرسیده اند.

۱- دنیس واکر مصاحبه با رُکسانِ کانر را انجام داده است.

«رسانه ها به من الهام می بخشد»

«رسانه ها به من الهام می بخشد»

تحت تـأثیر چیزی قرار گرفتن، بـا الهـام گرفتن از آن متفـاوت است. برای نمـونه، فِرد کلاـین به گفته خـودش بـا تماشـای فیلم کشـتن مرغ مقلـد به نـوعی تجربه والاـی عـاطفی دست یـافته است، تجربه ای که هنوز هم بـا اوست. برای آن که چیزی الهـام بخش باشـد بایـد حـالت واکنش انسان تغییر کنـد، چنان که فرد از نظر عاطفی درگیر می شود و تحت تأثیر قرار می گیرد تا با شخصیت ها و افکار همدلی یا از آن ها تقلید کند.

کریس چَنـدلر پـدری مطلّقه و ۳۵ سـاله است که بـا تربیت کاتولیـک بزرگ شـده، ولی از آن مسـلک دست کشـیده و اکنون عمدتاً جوینده است.(۱) وقتی با او دربارهٔ رسانه هایی صحبت می کنیم که از نظر وی می توانند الهام بخش باشند، وی تعریف زیر را از الهام مطرح می کند و در این روند نمونه ای از یک فیلم الهام بخش می آورد:

به گمونم بعضـی از فیلم ها الهام بخشـند؛ البته نه چنـدان به شـیوه واقعی مسـیحی، ولی به نظرم تماشای فیلمی مثل راکی(۲) به شمـا الهام می بخشه. این فیلم الهام بخشه و از شـما می خواد که تلاش کنیـد و برای تحقق هـدفتون پیش بریـد. گمون می‌کنم این فیلم، از جهـتی مـذهبی بـاشه. به نظرم هر کـار و تلاشـی که برای بهبود خود و برای تحقق هـدفی انسـانی انجـام میدیـد، از جهات مختلف جنبه معنوی داره.

۱- مصاحبه با کریس چندلر را آنا ماریا روسو انجام داده است.

۲- Rocky یکی از مشـهورترین فیلم هـای تجـاری و تبلیغاتی آمریکا. از این فیلم تا کنون پنـج نسـخه با نام راکی (۱ تا ۵) و یک نسخه با نام راکی بالبوا ساخته شده است. نسخهٔ اول در سال ۱۹۷۶ و در اوج جنگ سرد ساخته شد. بازیگر ثابت هر شش نسـخه سیلوستر استالونه است که آخرین نسخه از آن در سال ۲۰۰۶ ساخته و پخش شد. به جز راکی ۱ و ۵ که جان آویلدسن ساخته باقی نسخه ها را سیلوستر استالونه کارگردانی کرده است. (م.)

با توجه به طبقه بندی رسانه های مذهبی و سکولار که به وسیله مصاحبه شوندگان انجام شده است، فکری که کریس مطرح می کند در خور توجه است. در این جا وی تمایز آشکاری بین انواع رسانه ها قائل می شود. او فیلمی سکولار را به عنوان نمونه ای از منبع الهام برمی گزیند که البته مطابق با مرام واقعی مسیحی نیست. با وجود این، احساس می کند که فیلمی مذهبی است. پس گرچه راکی در حقیقت فیلمی مذهبی نیست و آگاهانه به افکار یا انگیزه های مذهبی نمی پردازد، از نوعی الهام برخوردار است که به گونه ای معنوی است.

راینا هنکاک مادری مجرد، سی و هفت ساله و معتقد به مسلک مورمون است.(۱) راینا با تربیت مورمون بزرگ نشد، ولی وقتی خود به سن بزرگسالی رسید این مسلک را برگزید و هم‌چنان به شدت به این موضوع فکر می کند که چگونه ایمان جدید و زندگی خود را با هم تلفیق کند. وقتی از او دربارهٔ رسانه های الهام بخش می پرسیم، وی برنامه هایی را از دوران کودکی اش نام می برد و آن ها را با ویژگی ملایمت که از قول برخی دیگر از مصاحبه شوندگان هم شنیده ایم، به هم مرتبط می سازد. راینا می گوید:

وقتی داشتم بزرگ می شدم همه چیز خوب بود... مثلاً مجموعه خانه ای کوچک در مرغزار(۲) پخش می شد....

۱- مصاحبه با راینا هنکاک را جو چمپ انجام داده است.

۲- Little House on the Prairie سریالی که از سال ۱۹۷۴ تا ۱۹۸۳ در ژانر درام/خانوادگی/وسترن پخش شد. سریال، به زندگی و حوادث خانوادهٔ شخصیت اصلی داستان (اینگال) در قرن نوزدهم آمریکا می پردازد. سریال در ۲۰۳ قسمت پخش شد. مینی سریالی با همین نام در سال ۲۰۰۵ در ژانر موزیکال هم پخش شده است. (م.)

مصاحبه گر:

آره! گروه بِرَدی (۱) هم نمایش داده می شد.

راینا:

(می خندد) نمی دونم که مجموعه خوبی بود یا نه. به هر حال به نظر می رسید که کیفیت بهتری داره. الان هر چی می بینید جدایی، خشونت و چیزایی از این دسته... نمی دونم موضوع خوبی هم مطرح میشه یا نه... البته به جز مجموعه هایی که از شبکه PAX پخش میشه که استثناء است... آثاری مثل نظرکردهٔ فرشته و این یک معجزه است... این ها برنامه های روحیه بخش و مثبتی هستن.

از نظر راینا برخی از رسانه ها حکم شاخص های نوعی مسیر اجتماعی را دارند که وی نمی تواند با آن کنار بیاید. او می داند گرچه شاید مجموعه گروه بِرَدی با تحسین منتقدان مواجه نشده باشد، ولی نسبت به خیلی از برنامه های دیگر کیفیت بهتری دارد. به نظر می آید وی با در نظرگرفتن چند برنامه مذهبی در شبکه PAX به این موضوع فکر می کند که می تواند رژیم رسانه اِی مناسب و حتی الهام بخشی بیابد. نکته جالب تر آن که راینا می گوید وقتی جوان تر بود، پیش از گرویدن به مسلک مورمون، آثاری که از رسانه تماشا می کرد چندان نشانی از ایمان وی نداشت. اکنون خود را بین رسانه ها که به گمان او الهام بخشند و آن چه فاصله کلیسا از رسانه ها می داند نوعی سازش و توافق به وجود آورده، فاصله ای که به گمان وی از جانب کلیسا، خودتحمیل گرانه است.

مصاحبه گر:

۱- Brady Bunch

پس وقتی جوان تر بودید احساس نمی کردید که می توانید به کلیسا و مذهب و بقیه چنین اموری نزدیک شوید؟

راینا:

آه، درسته.

مصاحبه گر:

منظورتان را می فهم. پس شما به برنامه های شبکه PAX ... از جمله نظرکردهٔ فرشته علاقه دارید... آیا این برنامه ها با افکار و احساسات شما نسبت به مذهب ارتباطی می یابند؟

راینا:

خب... فکر نمی کنم که مثلاً کلیسای LDS(۱) بگه: «بله! این همون چیزیه که ما به اون اعتقاد داریم.» ولی از نظر من... خوب و تأثیرگذارن....به نظرم این برنامه ها جزو بهترین آثاری هستن که از تلویزیون پخش میشن. می تونیم اون ها رو ببینیم و بشنویم و از دیدنشون لذت ببریم. پس... برای من خوب و مفیدن. فکر نمی کنم خیلی از کسایی که به کلیسا میرن بگن (صدایش را به نحوی نمایشی تغییر می دهد): «آه بله! ما نظرکردهٔ فرشته رو دوست داریم!» فکر نمی کنم... ولی افرادی که همیشه توی کلیسا بودن چیزهای خیلی بیشتری از مذهب می دونن و احتمالاً با دیدن این برنامه ها میگن: «نه این خوب نیست، نه اون هم درست نیست» ولی همون طور که گفتم از نظر من برنامه هایی خوب با جنبه های معنوی هستن.

پیش‌تر، این تمایز میان مذهب رسمی و رسانه ها را از زاویه های متفاوتی ملاحظه کردیم. راینا مشخصاً احساس می کند که الهام

۱- Later Day Saint Church.۶ : چهارمین تشکیلات بزرگ مسیحی در ایالات متحده که حدود ۱۳ میلیون پیرو در سراسر جهان دارد. اعضای این فرقه جزو مورمون ها هستند و به هیچ کدام از کلیساهای کاتولیک یا پروتستان تعلق ندارند. (م.)

رسانه ای اهمیت خاصی دارد. وی هم برنامه های ملایم سکولار و هم برنامه های عامدانه مذهبی مانند نظرکردهٔ فرشته و این یک معجزه است را تحسین می کند. در عین حال وی می گوید که مقامات کلیسا و حتی کلیساروها شاید نتوانند به اندازه وی این برنامه ها را درک کنند. وی مطمئن نیست که آیا این رسانه ها واقعاً اعتقادات اساسی کلیسا را بازنمایی می کنند یا نه ولی از نظر وی خوب و مناسبند.

در فصل پنجم با جودی کروز و افکارش دربارهٔ ظرفیت های الهام بخش رسانه ها آشنا شدیم، موردی که با بحث های کنونی ما مرتبط است. شاید خوانندگان به یاد بیاورند که جودی را سنت گرا نامیدیم؛ کسی که به اعتقادات مذهبی خود بسیار خودآگاه است.(۱) در وضعیتی که جودی خود را کاتولیک می داند، جوینده نیز هست. وی مجموعه ای از افکار و سنت های مذهبی را بررسی کرده است. از نظر وی الهامی که در برخی از برنامه های خاص تلویزیون وجود دارد ناشی از کارکرد مذهبی نسبتاً سنتی است؛ سازندگان چنین آثاری امور استعلایی و حتی روحانی، جنبه های زندگی در زمان و مکان فعلی و فراسوی آن را با بینشی خاص نمایش می دهند.

مصاحبه گر:

چرا از مجموعه این یک معجزه است خوشتان می آید؟

جودی:

چون تجربیات زندگی رو به صورت واقعی نشون میده. فکر می کنم چیز جالبیه.

۱- مصاحبه با جودی کروز را اسکات وِبر انجام داده است.

وقتی مصاحبه گر از وی می خواهد تا برنامه را تشریح کند، جودی وارد جزییات می شود و پی رنگ مجموعه را توضیح می دهد که در آن دو فرشته حضور دارند. مصاحبه گر قدری بیشتر دربارهٔ استنباط وی از فرشتگان می پرسد و جودی بین مجموعه هایی که فرشتگان را به صورت شخصیت های خیالی نشان می دهند و آن هایی که فرشتگان را به صورتی زنده، واقعی در زمان و مکان حاضر به نمایش در می آورند تمایز قائل می شود. مصاحبه گر می پرسد:

منظورتان از فرشتگان....

جودی:

مردم هستن. درست همون مردم عادی... که برای کمک میان.

مصاحبه گر:

آیا این همان کاری است که فرشتگان انجام می دهند؟

جودی:

بله!

مصاحبه گر:

من یاد نظرکردهٔ فرشته و دو شخصیت اصلی آن افتادم، شاید شخصیت سومی هم باشد. آیا آن ها روی زمین زندگی می کنند یا از جای دیگری آمده اند؟

جودی:

اون ها از جای دیگه ای اومدن ولی این موضوع خیالیه.

مصاحبه گر:

ولی در مجموعه این یک معجزه است، آن ها دربارهٔ فرشتگان زمینی صحبت می کنند، آدم های واقعی که کارهای خوبی انجام می دهند.

جودی:

بله! اون ها با آدم های واقعی فرق دارن.

جودی در این برنامه های فرشته ای نوعی الهام واقعی مـذهبی یا معنوی می بینـد. در هر صورت جالب است که در هر یک از موارد الهام از رسانه ها، ارتباط با مـذهب رسـمی یا قراردادی نفی می شود. از نظر راینا و جودی که هر دوی آن ها با ریشه ها و منـابع مـذهبی، قراردادی و حتی محـافظه کار یا سـنتی ارتباط دارنـد، الهاماتی که آن ها از منابع رسانه ای برمی گیرنـد نکته اساسـی و قـانع کننـده ای دارنـد. چنـان که پیش‌تر دیـدیم، مرجعیت سـنت ها دربارۀ مشـروعیت این منابع واقعاً موضوع مهمی نیست. هر دو زن در انجام این انتخاب ها و داوری ها استقلال دارند.

«مرا به تفکر یا رفتار خاصی هدایت می کنند»

«مرا به تفکر یا رفتار خاصی هدایت می کنند»

شاید انتظار داشـته باشـیم نمونه های فراوانی از چگونگی تأثیرپذیری مردم از رسانه ها بیابیم. برخی از جدی ترین دغدغه ها و انتقادهای سرسـختانه دربارۀ تأثیر رسانه ها بر زنـدگی مـذهبی یا معنوی مردم، مرتبط با این مفهوم است که رسانه ها می توانند عملاً بر اعتقادات یا رفتارهای بیننـدگان تأثیر بگذارنـد. در چنین تصوراتی دغدغـۀ تله ونجلیسم هنگام ظهور این پدیده، تقریباً همه گیر است. پس شایـد قابل توجه باشد که در بین مصاحبه شوندگان ما، نمی توان نمونه های فراوانی از افرادی یافت که به نظر آن ها مذهب یا اثر معنوی به خودی خود بر افکار یا اعمال تأثیر می گذارد. در واقع این آثار رسانه ای بیشتر

به همین روش عمل می کننـد. رسانه هایی که آگاهانه صـبغه مذهبی بیشتری دارند، با بی توجهی مصاحبه شوند گان مواجه و یا توسط آن ها به چالش طلبیده می شوند. خانواده میلیکن که تا اندازه‌ای افکار و نظراتشان را در فصل شـشم بررسـی کردیم، مسـیحیان بازمتولد و بینند گان همیشـگی برنامه های تلویزیونی سـکولار از جمله برنامه های تلویزیون ــ واقعیت(۱) هستند.(۲) وقتی از آن ها می خواهیم دربارهٔ ارتباط گرایش مذهبی و کاربرد رسانه ها نظر بدهند، بلافاصـله سراغ این فرض می روند که احتمالاً رسانه های مورد بحث باید مذهبی باشند و آن ها چندان طرفدار چنین برنامه هایی نیستند. مصاحبه گر می پرسد:

آیا بین کاربرد رسانه ها و این نوع معنویت، حضور شما در کلیسا و فعالیت هایی از این قبیل رابطه ای وجود دارد؟

جی:

در واقع ما سعی می کنیم که برنامه هایی مثلاً از TBN رو نبینیم.

مصاحبه گر:

چرا؟

۱- Reality TV تلویزیون واقعیت و Reality show نمایش واقعیت، برنامه هایی هسـتند شبیه به آن چه در ایران دوربین مخفی خوانده می شوند. ضـمناً مسابقاتی مشابه مسابقهٔ سـیمرغ (با اجرای سـیدمحمد حسینی در شبکهٔ ۳) یا شهروند سالم (این یکی در شبکهٔ ۵ با اجرای سیامک انصاری) را نیز نوعی نمایش واقعیت می داننـد. این برنامه ها در چنـد سال اخیر در سراسـر جهـان شدیـدا مورد اسـتقبال قرار گرفته و در ایران نیز کمـابیش از چنین برنـامه هـایی برای پخش در بهترین ساعـات تلویزیون اسـتفاده می شود. عنصـر ذاتی این نوع برنامه ها مصداق بارز از آب کره گرفتن است؛ به بیان دیگر تلاش برای سـر گرم کننده کردن واقعیت، حال هر چه برخورنده و نامطلوب هم باشد؛ مانند لذتی که از دیدن واکنش های افراد در موقعیت های ناگهانی می بریم. هم چنین بنگریـد به: اخلاـق و تلویزیون واقعیت: آیا بایـد این برنامه ها را تماشا کرد؟. الیزابت لارکین. حسـین شـیخ الاسلامی. ماه نامهٔ رواق هنر و اندیشه. شمارهٔ ۲۸. مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما. قم. ۱۳۸۷ (م.)
۲- مصاحبه با خانواده میلیکن را اسکات وبر و میشل مایلز انجام داده اند.

جِی:

از این شبکه برنامه های فریبکارانه ای هم پخش میشه.

لین:

از نظر او....

جی:

به من گفتن شفادهندگانی چون بنی هین در اون حضور دارن و این فقط...

مصاحبه گر:

چه کسی به شما گفته؟

جِی:

کشیش ها و بقیهٔ مردم.

مصاحبه گر:

در کلیسای فعلی یا گذشته؟

جِی:

نه، در گذشته. موقعی که برای نخستین بار با ندای خداوند بیدار شدم، داشتم تماشا می کردم. حقیقت رو به شما بگم در واقع همین من رو علاقه مند کرد ولی بعد از اون چند برنامه نسبتاً خوب پخش شد، هرچند برخی از اون ها....

به نظر می آید جِی به دو دلیل مهم و مرتبط با هم، خود و ایمانش را از برنامه های مذهبی مانند آن چه در شبکه TBN پخش می شود و بِنی هین جدا کند. نخست، نوعی کراهت عمومی که به نظر می رسد کلیساروها نسبت به این برنامه ها دارند و دوم این احساس که چنین برنامه هایی بیشتر نشان‌دهنده ایمانی خام و نافرهیخته و نه ایمانی کامل

هستند. به هر صورت این نکته مهم است که هر یک از این خانواده ها که به شدت به تعالیم مسیحیان بازمتولد اعتقاد دارند، از برنامه هایی که متأثر از شاخه اوَنجلیکال مسیحیت است پرهیز می کنند.

رده بنـدی بعـدی با سه رده بندی پیشـین متفاوت است. این رده بندی از نظر کیفی با بقیه تفاوت دارد. بدین صورت که رسانه ها را نه مرتبط با ایمان یا معنویت، بلکه با فاصله ای از این جنبه های زندگی می داند. در بین مهم ترین کارکردهای رسانه ها، دست کم در ادراکات روزمره ما، نوعی توانایی برای ارائه اطلاعات غنی دیده می شود. درست همان طور که آن ها اطلاعات مهمی دربـارهٔ سیاست، ورزش، امـور مـالی و غیره انتقـال می دهنـد می تواننـد اطلاعـاتی دربـاره مـذهب و معنویت هم فراهم آورنـد. می تـوان در دنیـای پس از واقعه ۱۱ سـپتامبر انتظـار داشت که اطلاعات درباره مـذهب و به خصوص مـذاهب دیگران اهمیت فزاینده ای داشـته باشد؛ البته اطلاعات چیزی است که از نظر کیفی با تجربه مذهبی نیز تفاوت دارد. اطلاعات در سـطح دیگری بـه کـار می رود، در حـالی کـه تجربـه یـا بیـان مسـتقیم جنبه شخصـی تری دارد و به عملکرد خصوصـی و روزمره فرد نزدیک تر است. مسلماً اطلاعات می تواند عملکرد را تحت تأثیر قرار دهد، ولی نقش آن به طور مستقیم استنباط نمی شود.

«رسانه ها (دربارهٔ دیگران و...) به من اطلاعات می دهند»

«رسانه ها (دربارهٔ دیگران و...) به من اطلاعات می دهند»

در بالا با فِرد کلاین آشـنا شدیم. او پدر اسـتفانی پانزده ساله است که از او می خواهیم بگوید آیا تاکنون چیز الهام بخشـی در رسانه ها یافته

است. وی در عوض پاسخش را از جنبه اطلاعات می دهد.

مصاحبه گر می پرسد:

آیا تا به حال تلویزیون تماشا کرده اید و نکته الهام بخشی در آن یافته اید؟ نظرتان دربارهٔ آسمان هفتم چیست؟

استفانی:

حدس می زنم...گمون نمی کنم موضوع اصلی این سریال مذهب باشه بلکه بیشتر قصد سرگرم کردن داره. فکر نمی کنم بشه نکته ای مذهبی در اون دید که بعد سعی کنیم با به دست آوردن اطلاعات در رسانه ها اون رو پی بگیریم.

مصاحبه گر:

آیا این موضوع شامل اینترنت هم می شود؟

استفانی:

آه، بله! من به اینترنت هم مراجعه می کنم. سراغ سایت های مختلف میرم و همیشه در اینترنت به وب سایتی می رسم که میگه: « اعتقادات ما اینه» و چیزایی از این دست. به این ترتیب اطلاعاتی از مذاهب مختلف پیدا می کنم و می بینم که دربارهٔ موضوعات مختلف چی میگه.

وی تمایز جالبی بین آثار با مضمون مذهبی و سرگرمی صِرف ایجاد می کند. این تمایز که دیده ایم چگونه به وسیله مصاحبه شوندگان مختلف با روش های مختلف بیان می شود، از نظر استفانی مهم به نظر می رسد؛ زیرا وی در خانه ای زندگی می کند که والدینش جویندگان و معتقدان به مابعدالطبیعه هستند. یکی از راه های بررسی این موضوع، اشاره به مفهوم آرمانی ای است که وی از مذهب دارد که امری متفاوت با تجربه زندگی و تجربه او از رسانه ها است. هم‌چنین به نظر مهم

می آید کـه اسـتفانی احتمالاًـ بـه اینـترنت در حکم منبعی می نگرد که برای این نـوع جوینـدگی اطلاعـات منـاسب است. این واقعیت که وی جست وجوی اینترنتی را برقرار و کنترل می کند شاید اهمیت خاصـی برایش داشـته باشد که ریشه اش به خود و اسـتقلال فردی برمی گردد. برخلاـف بسـیاری از رسـانه هـای سـر گرم کننـده متعـارف، وی به یاد می آورد که برای جسـت وجوی اطلاعات مذهبی از اینترنت استفاده کرده است.

اگر این نوع جسـتن اطلاعـات را مرتبـط با چیزهایی بـدانیم که سوای اعتقادات ژرف فردی هسـتند، آن گاه معلوم می شود که این جست وجو شاید باعث ارتباط با مذاهب دیگر غیر از مذهب فرد جوینده شود.

بیل بیلِر، پدر ۴۱ سـاله ای است که چهـار پسـر دارد و همراه با آن ها و همسـرش دانا در حومه یکی از شـهرهای بزرگ غرب ایالات متحده زندگی می کند.(۱) بیل، پرسـتاری سفارشی است و خود را پرزبیترین (معتقدین به کلیسای مشایخی) و مسیحی بازمتولد توصیف می کند. اعتقادات وی در سنین بزرگسالی تحت تأثیر دانا متحول شد. او صادقانه می گوید:

من مورمون بودم... و بعدش به مسیحیت ناب تغییر کردم.

به نظر می آید اعضای خانواده به تلویزیون مذهبی بدگمان باشـند؛ زیرا در مصاحبه ای که با آن ها انجام داده ایم برخی از تله ونجلیست ها را به تمسـخر گرفته اند، ولی هم زمان از وجود ایسـتگاه های رادیو و تلویزیون مسـیحی و شـبکه PAX در منطقه خود آگاهند. آن ها برنامه های

۱- مصاحبه با خانواده بیلر را کریستف دامونت _ هاینریش انجام داده است.

خانوادگی ملایم را ترجیح می دهند.

بیل از یکی از سریال های کلاسیک وسترن، دود اسلحه(۱) به عنوان سریال مورد علاقه اش نام می برد. وقتی از او می پرسیم که هنگام مواجهه با برنامه ها و وب سایت هایی که عقاید دیگری جز اعتقادات شخصی او را منعکس می کنند، چه انجام می دهد، بیل می گوید:

من برای کسب دانش، بیشتر مطالب اون ها رو می خونم. می خوام ببینم که عقاید مختلف مردم چیه؛ چون در طول زندگیم مذاهب مختلفی داشتم و مدام متحول شدم. پس در انجام این کار بسیار آزاد اندیشم و با مردم هم صحبت می کنم. درست همون کارایی که وقتی مقاله ای رو می خونم انجام میدم. همین الان آدمی هست که اعتقادی به خدا نداره و می خواد نام خدا از سوگند وفاداری به ایالات متحدهٔ آمریکا(۲) حذف بشه. اون رو توی تلویزیون دیدم، فکر می کنم ماه پیش بود؛ چون من مدام کانال عوض می کنم. وقتی به برنامه او رسیدم چند دقیقه مکث کردم تا ببینم دیدگاهش چیه. دیدگاهش خیلی جالب بود. من فقط دو سه دقیقه از برنامه اش رو تماشا کردم.

مصاحبه گر:

آیا زیاد کانال عوض می کنید؟

بیل:

بله! (می خندد). دانا از این کار خوشش نمیاد ولی من نمیگم که نمی خوام حرف های این بابا رو بشنوم. به اون چند دقیقه فرصت میدم تا حرف بزنه و بگه که مقصودش چیه، این که موافق یا مخالف با چه چیزاییه.

۱- Gunsmoke یک سریال وسترن رادیویی و تلویزیونی که نسخهٔ رادیویی آن از سال ۱۹۵۲ تا ۱۹۶۱ پخش شد و نسخهٔ تلویزیونی آن در ۲۰ فصل از سال ۱۹۵۵ تا ۱۹۷۵ توسط شبکهٔ CBS آمریکا پخش گردید و دومین برنامهٔ داستانی طولانی و پرمخاطب تاریخ تلویزیون آمریکا محسوب می شود. (م.)

۲- Pledge of Allegiance

بعد میگم: «خیلی جالب بود و من نکاتی یاد گرفتم.» پس میشه گفت، نسبت به هر چیز ذهنیتی باز دارم.

مصاحبه گر:

پس وقتی که برنامه متفاوتی را می بینید، کانال عوض نمی کنید؟

بیل:

نه! من این احساس رو در بچه ها به وجود آوردم که حتی اگر با طرز فکر متفاوتی مواجه بشن با ذهنیتی باز به اون توجه کنن و درک کنن که عقاید بقیهٔ مردم چیه. به این ترتیب با حالتی ساده دلانه با اعتقادات و موضع اون ها مواجه نمیشید؛ چون نمی تونید بگید: من به چیزی که تو عقیده داری، اعتقاد ندارم. در واقع باید از قبل بدونید که اون ها به چه چیز عقیده دارن. سعی دارم به بچه ها نیز همین رو بگم.

بنابراین دیدگاه بیل متکی بر ایده هایی است که پیش تر ملاحظه کرده ایم. از جمله برای مردم مهم است که احساس کنند در تصمیم گیری های شان نسبت به امور استقلال دارند. بیل که به خدا اعتقاد ندارد به کسی اشاره می کند که طبیعتاً با وی موافق نیست، ولی احساس می کند مهم است که به وی امکان دهد تا حرف های اش را بزند و این موضوع را به منزله الگویی برای پسرهای اش هم در نظر می گیرد. همچنین انواع اطلاعاتی را که هنگام صحبت از امور مذهبی در نظر داریم، معرفی می کند. در این جا به نظر می آید مثال هایی که بیل بر می شمرد بیش از همه چیز به بحث ها یا موضوعاتی مذهبی مرتبط می شود که در پشت آن ها سیاست اجتماعی یا بُعد سیاسی وجود دارد. البته انواع دیگری از اطلاعات مذهبی هم به چشم می خورد، چنان که مصاحبه ما با مِگان سیلی نشان می دهد.

مِگـان چهـل سـاله و مـادری مجرد است که پسـری هفـده ساله با نام دِل دارد.(۱) او که یکی از بـاپتیست هـای جنوب ایالات متحـده است، با تربیت کاتولیک بزرگ شـده، ولی به کلیسای پرِزبیتِرِیَن هم می رفته است. وی می گویـد که والدینش اکنون به گذشـته گرا ها (New Age) پیوسـته اند و بسـیار علاقه مند به مذاهب شـرقی شده اند. طی گفت وگویی درباره اسـتفاده مِگـان از اینترنت از او می پرسـیم که آیا هرگز چیزی مرتبط با مـذهب یا معنویت در آن جا یافته است یا خیر. مصاحبه گر می پرسد:

آیا هرگز چیزی مرتبط با مذهب یا معنویت در اینترنت یافته اید؟

مِگان:

بله! من به وب سایت های مختلف مراجعه کردم و اطلاعات مختلفی دیدم.

مصاحبه گر:

آیا می توانید نمونه ای را نام ببرید؟

مِگان:

خب یـک شـبکه رادیویی که برنامه هاش رو با علاقه گوش می کنم (وی به نام یکی از ایسـتگاه های مسـیحی خاص در محل زنـدگی اش اشاره می کنـد) اون ها یک سایت اینترنتی دارن و در اون جا می تونیـد اخبار جدیـدی رو ببینیـد، از جمله دربارهٔ اون زوج میسـیونر (مُبلغ مـذهبی)، کجـا بود؟ شایـد ماداگاسـگار، ولی نه، درست نیست. اگه نقشه ای داشـته باشم، می تونم به شما نشون بدم که کجا بود. جایی شبیه تایلنده. زوج میسـیونر چهارده ماه در اون جا زندانی بودن و جالب اینه که در تلویزیون چیزی از عقاید و هدف اون ها گفته نمیشه ولی دربارهٔ اتفاق و ماجرایی که برا شون پیش اومده زیاد حرف می زنن.

۱- مصاحبه با خانواده سیلی را کریستف دامونت _ هاینریش انجام داده است.

افراط گرایـان مسـلمون، اون هـا رو به اسارت گرفته بودن و شـیوه‌ای که رسانه ها اون ها (افراط گرایان مسـلمان) رو به تصویر کشـیدن، جالب بود. با وجود این حـدس می زنم که ضـمن تماشای اخبار و فیلم های مربوط به واقعه، به تصویر جامع تری می رسم؛ چون این موضوع بیش از هر چیز مـذهبیه. رسـانه ها بخش زیادی از اون رو در برنامه های خبری منعکس نمی کنن. من به سایت های اینترنتی مختلف کلیساها مراجعه کردم، البته دوسـتانی هم در تنسی و فلوریدا دارم و اون ها از من می خوان تا به سایت های اینترنتی و منابع دیگه مراجعه کنم.

به نظر می رسد جویندگی اطلاعات آن لاین به وسیله مِگان در مقایسه با بیل ارتباط نزدیک تری با ایمان و کاوش مذهبی وی داشته باشـد. ظرفیت اینترنت و وب جهـانی برای ارائه طیفی گسترده از اطلاعات و امکان دسترسـی آسانی که علاقه منـدان به لینک های مربوطه و غیره دارنـد، دست کم برای مِگان عرصه ای باز برای کاوش و مرتبط با ایمان و علایق مـذهبی وی است. ایسـتگاه مسـیحی مورد علاقه او (که تصادفاً مرتبـط بـا کلیسای او نیست) سایتی اینترنتی و لینک های دیگری دارد که وی از طریق آن ها می تواند با شـبکه گسترده تری از منابع اطلاعاتی مرتبط شود. هم‌چنین وب، زمینه ای است که وی و دوسـتانِ راه دورش می تواننـد به آن مراجعه و اطلاعاتشـان را مبادله کننـد. حتی با وجود این، جست وجوی اطلاعات در اینترنت که بیشتر جنبه کالایی دارد، عامل تعیین کننده ای در چهارچوب اعتقادات وی نیست، در واقع حتی از آن دور هم هست.

پس ارتبـاط تکنولوژی با روش خاصـی از تفکر پیرامون منابعی که جست وجو می شود، در این مورد خاصِ اطلاعات، اهمیت ویژه‌ای دارد.

مِگـان از ایســتگاه رادیـویی بـه سـایت اینترنـتی آن ایسـتگاه می رود تـا اطلاعـات مرتبـط بـا هـم را دریـافت کنـد. اسـتقلال و خودمحوری این نوع رویکرد برای وی و بیل اهمیت خاصی دارد؛ ولی در چهارچوب محدودیت های رسانه و تفاهم نامه های آن است. دانا بیلِر، ضمن صحبت دربارهٔ استفاده از جست وجو گر(۱) اینترنتی خود این موضوع را بیان می کند.

مصاحبه گر:

آیا غالباً برای جست وجوی اطلاعات و نشانه گـذاریِ(۲) آن ها به اینترنت مراجعه می کنیـد یا به شـکل فولدری (پرونده ای) است که از پیش ایجاد شده و شما چیزی به آن نمی افزایید؟ آیا به همان اطلاعات پیشین مراجعه می کنید؟

دانا:

خب، بسـتگی داره. اگه چیز تازه ای پیدا کنم اون رو رها نمی کنم؛ البته چیزایی رو پاک کردم؛ چون برخی از مطالبی که قبلاً یافته بودم، دیگه خوب نیستن. من مطالب رو مرور می کنم و گاه و بی گاه به اون ها سر می زنم، چیزای جدیدی به اون اضافه می کنم و چیزای قـدیمی رو برمی دارم. این که چه چیز معتـبره و چه چیز معتـبر نیست، برای من اهمیت داره. من سـایت هـای اینترنتی ای رو می شـناسم که دربارهٔ مذاهب گوناگون هستن و اگر کسی در اون ها برای بحث آماده باشه، با اون صحبت می کنم. خب حـدس می زنم که موضوع مهم من مورمونیسم باشه؛ چون خویشاوندان و اقوامی دارم که مورمون هسـتن و بیل هم قبلاً مورمون بوده. من جست وجوی فراوانی انجام میدم تا بتونم اطلاعات مناسبی به دست بیارم.

۱- browser

۲- bookmarking

مصاحبه گر:

پس شما هیچ نوع نشانه گذاری دربارهٔ اسلام یا بودیسم ندارید....

دانا:

من هیچ چیز پیدا نکردم. من دنبال چیزایی گشتم که دوست داشتم و می تونم درک کنم، چیزایی که به اندازه کافی واضح هستن که بتونم بفهمم.

این موضوع ظرفیت های متعدد وب را برای جست وجوی اطلاعات نشان می دهد.(۱) جایی که شاید روی این فکر متمرکز شویم که آن چه مردم در سایت های اینترنتی انجام می دهند خوانش و هضم اطلاعات است، دانا نشان می دهد که می توان به طریقی بعضی از سایت های اینترنتی را مشترک شد و این کار با قراردادن آن ها در یک فولدر نشانه گذاری به صورت نوعی مجموعه انجام می شود. دانا به شکلی نسبتاً منظم به این منابع مراجعه می کند، آن ها را به روز می کند، چیزهایی را اضافه و حذف می کند. هم چنین به نظر می آید وی از وب، به شکل تعامل با رسانه ها استفاده می کند. او می گوید که این منابع را به صورت آن لاین بررسی و با دیگران دربارهٔ آن ها تعامل کرده است. این کار به صورت برقراری نوعی وحدت بین زمینه آن لاین و زمینه روابط اجتماعی او بروز یافته است. نکته جالب آن که وی از نظر سلیقه های اینترنتی اش کمتر از آن چه شاید تصور شود کاتولیک است. در موقعیتی که وب جهانی و اینترنت، دامنه گسترده ای از منابع دربارهٔ طیف گسترده ای از سنت های مذهبی را ارائه می دهند، دانا بیشتر در خانه می ماند. وی در

۱- در هوور، کلارک و رِینی (۲۰۰۴) توضیحات کامل تری دربارهٔ جست وجوی اطلاعات مذهبی در وب آمده است.

جست وجوی اطلاعات دربارهٔ چیزهایی که با دیگران مطرح کرده به فعالیت های اینترنتی می پردازد. به نظر می رسد که به گمان وی، سایت های منابع غیرمسیحی از نظر مفهومی غیر قابل دسترسی هستند و بدین ترتیب از آن ها می پرهیزد. هم‌چنین بررسی های خود دربارهٔ مورمونیسم را بیشتر در خانه انجام می دهد. این راهبرد برای او تقریباً حالت دفاعی دارد (چیزی که از دیگر مصاحبه شوندگان هم شنیده ایم) که جهت درک یا حتی به چالش طلبیدن افکار مرتبط با مذهبی خاص، اطلاعاتی را بجوید که می تواند به کار بَرَد. ما به جست وجوی روش هایی پرداخته ایم که در آن ها افراد، رسانه ها را در حکم تجربیات الهام بخش و تکان دهنده به بحث می گذارند و فرض می کنند که یکی از معانی اصلی آثار رسانه ای توانایی آن ها برای خدمت به این اهداف یا معانی بنیادین مذهبی است. پس به نقطه متفاوتی رسیدیم، جایی که ظرفیت رسانه ها برای عمل در حکم منابع اطلاعاتی را نشان می دهد، چیزی که متفاوت یا دور از تجربه مذهبی فرد یا خانواده است. اکنون بیایید امکان دیگری را بررسی کنیم: این که رسانه ها شاید بتوانند الگوهای هنجاربخشی از ارزش و کنش فراهم آوردند. این کار از طریق پی رنگ ها یا شخصیت هایی انجام می شود که چنین آرمان هایی را تجلی می بخشند.

شاید این مورد هم‌چون رده بندی های دیگری که قبلاً به آن ها نگریستیم، فرضی عمومی درباره روش پرداختن رسانه ها به زندگی اخلاقی یا مذهبی باشد. ضمن صحبت با مصاحبه شوندگان، با تعدادی از نمونه های چنین الگویی نیز مواجه شدیم.

«می خواهم با رسانه ها احساس صمیمیت کنم»

«می خواهم با رسانه ها احساس صمیمیت کنم»

برنامه های تلویزیونی و دیگر رسانه ها، متون فرهنگی غنی ای فراهم می آورند که مخاطبان می توانند با آن ها احساس صمیمیت (نزدیکی) کنند. جای تعجب نیست که تنها عده کمی از آن هایی که مصاحبه شدند، توانستند درباره رابطه خود با این متون فرهنگی، از جنبه تأثیر رسانه ها سخن بگویند، تأثیری که می تواند بر تفکر آن ها نیز اثر بگذارد. برای آن ها معمول تر آن است که خود را با نمادها، ارزش ها و داعیه های خاصی پیوند دهند. توافق بر سر این نوع صمیمیت را می توان در پارگراف زیر و در مصاحبه با خانواده اِستاین ملاحظه کرد. شاید بتوان جِف اِستاین را معتقد و جویندهٔ مابعدالطبیعه دانست. او ۴۱ ساله و پدر مجرد رِیچِل، ده ساله است.(۱) جِف به شدت در فعالیت های نوین یا متفاوت مذهبی دخیل است ولی هم زمان به برخی از جنبه های مابعدالطبیعهٔ سرگرمی در تلویزیون معاصر بدگمان است.

مصاحبه گر:

نظرتان دربارهٔ موضوعات مابعدالطبیعه چیست؟ چون شما گفتید که از مجموعه بافی خون آشام کُش خوشتان نمی آید؟ آیا علتش محتوای جنسی این برنامه است یا این که چون به جادو و چیزهایی از این قبیل می پردازد؟

جِف:

خب این نوعی... همیشه به نظرم می اومد که نوعی محتوای سنگین و ترسناک داره ولی...

مصاحبه گر:

۱- مصاحبه با خانواده استاین را آنا ماریا روسو انجام داده است.

به خاطر این نیست که جادوگری و مابعدالطبیعه را می خواهد نشان دهد؟

جف:

نه منظورم اینه که فکر می کنم بیشتر احمقانه است ولی... (می خندد).

رِیچِل:

من به جادو و چیزایی مثل این اعتقاد دارم.

جِف:

نه اساساً نوعی جادوگری وجود داره که در سریال بافی... به نمایش در میاد. این در واقع نوعی داستان علمی تخیلیه که می تونید اون رو بپذیرید؛ چون همه چیز در آینده می گذره. همه چیز اون دربارهٔ جادو است. فرض میشه به کاری دست می زنید که در حال حاضر ناممکنه (می خندد).

مصاحبه گر:

بله! بسیار خب... این عذری است برای....

جِف:

(می خندد). این فیلم کلاً داستانیه، ساختاری داستانی داره.

مصاحبه گر: (خطاب به رِیچِل)

آیا شما به جادو اعتقاد دارید؟

رِیچِل:

من، یک جورایی... به جادو عقیده دارم، به موجودات جادویی از جمله اژدها، تک شاخ و اسب بالدار عقیده دارم... و مخلوقات جادویی مختلف شبیه این که....

مصاحبه گر:

پس شما عقیده دارید که آن ها وجود داشتند یا دارند؟

رِیچِل:

فکر می کنم هنوز هم وجود داشته باشن. من به داستان های پریان و

چیزایی از این دست اعتقاد دارم. معتقدم دنیاهای دیگه ای وجود داره که میشه به اون ها دست یافت، جایی که این موجودات زندگی می کنن ولی در عین حال عقیده دارم که برخی از اون ها هنوز هم در این دنیا زندگی می کنن.

این موضوع توافقی جالب بین جِف و رِیچِل را بر سر ماهیت معنویت، مشروعیتِ بازنمایی امور مابعدالطبیعی در رسانه های عامه پسند و نیز ماهیت چنین بازنمایی هایی نشان می دهد. جِف آشکارا تصور می کند که توجه به عنصر حقیقت یا تنوع، کیفیت مهمی در بررسی تصویرپردازی های رسانه ای است؛ البته وی به این الگوهای معنوی مظنون است ولی می خواهد با توجه به اصالت و واقعی بودنشان، ذهنیت بازی نسبت به آن ها داشته باشد. از نظر رِیچِل که بیش از وی مجذوب چنین افکاری است بازنمایی های رسانه ای معنی دار و چیزی هستند که وی می خواهد خود را با آن ها (با وجود کراهتی که پدرش ابراز می کند) پیوند دهد. از نظر وی راز و جنبه استعلایی تصویرپردازی رسانه ها بارز و دلالت گر هستند. وی آن ها را در حکم منابع بینش یا حتی اطلاعات به کار می گیرد و مایل است خود را با افکار و ارزش هایی مرتبط سازد که در اعماق آن ها نهفته اند. هم چنین جالب است اشاره کنیم چگونه وی از این احساس همدلی به منزلهٔ روشی برای بیان اختلاف خود با پدرش بر سر این موضوعات استفاده می کند.

در فصل پنجم با جودی کروز آشنا شدیم و دریافتیم به منزله فردی که انتظار می رود افکار سنت گرایی داشته باشد، به طور کامل به مابعدالطبیعه، آثار علمی ــ تخیلی و دیگر افکار غیر سنتی علاقه دارد. هم‌چنین نمونه خوبی از افرادی است که می توانند رسانه ها را به منزله

منبعی برای پیونـد یا هویت به کار برند. من به بخشـی اشاره می کنم که در آن، وی بین برخی از افکار سـنت گرا و شخصـیت های سنتی و برنامه های تلویزیونی تمایز برقرار می سازد. در حالی که وی با موعظه های تلویزیونی و سرگرمی هایی که برخی از آن ها ارائه می دهنـد میانه ای نـدارد، بیشتر به برنامه هایی با مضـمون معجزه و معنوی توجه دارد که آگاهانه مذهبی ساخته نشده اند.

مصاحبه گر:

می دانم که قبلاًـ دربـارهٔ نظرکردهٔ فرشـته و این یـک معجزه است صـحبت کرده ایم. آیـا این برنـامه هـا بـا موعظه هـایی که از تلویزیون یا رادیو پخش می شوند، تفاوت دارند؟

جودی:

بله! سـریال دیگه ای هم هست که اخیراً پخش میشه و جابه جایی همراه با جان ادوارد نام داره. این برنامه برای من جالبه؛ چون افرادی کـه در اون حاضـر میشـن تجربیـات شـگرفی رو پشـت سـر گذاشـتن؛ چـون آدم می تـونه بـا چیزایی مثـل معجزات یا شفادهنـدگان آشـنا بشه، می تونه چنین چیزایی رو تجربه کنه و بـا این موضوعات آشـنا بشه ولی درباره موعظه گران یا رقص، موضوع قدری متفاوته. این ها چندان جذاب یا راحت نیستن.

جودی و ریچـل تعاملی را بین رسانه ها، افکار و ارزش هایی برقرار می کننـد که بیشتر جنبه نزدیکی و صـمیمیت دارد تا نوعی تأثیرگـذاری. از نظر هر دوی آن هـا برخی از برنـامه هـا و فیلم هـای خـاصِ تلویزیـونی، مجمـوعه ای از تعهـدات و افکـاری را بازنمـایی می کننـد که از نظر ایشان مهم است و به طریقی تبیین می شونـد که مخاطبان انگیزه می یابنـد با آن ها ارتباط برقرار کنند. شاید این موضوع تصادفی باشد که جودی و

ریچل هر دو علاقه شان را به نمادها و افکار خاصی بیان می کنند. این سلیقه برای هر یک از آن ها متفاوت با انتظاراتی است که از زمینه محلی آن ها و فراسوی آن بر می آید. هم چنین برای هر کدام از آن ها برنامه های خاصی قابل توجه هستند که ارزش ها و افکار مورد بحث آن ها را با قدرت بازنمایی می کند. از سوی دیگر هر کدام از آن ها نوعی درک ضمنی نسبت به این موضوع دارند که دستمایه های مذکور نوعی توجیه خوداغناگرانه و اصالت برای شان فراهم می آورند. این ها به معنایی واقعی هستند. جودی و ریچل هر دو معنی و ارزش های شان را از این اعتقاد بر می گیرند.

«رسانه ها مرا توصیف می کنند»

«رسانه ها مرا توصیف می کنند»

رابطه دیگری که بین رسانه ها و مخاطبان وجود دارد و ضمن پژوهش با آن مواجه شدیم، زمانی مطرح می شود که مصاحبه شوندگان می گویند رسانه ها یا عملکرد رسانه ای، آن ها را توصیف می کنند. شاید فرض کنیم که برخی از صمیمیت های مردم با رسانه ها نه به خاطر ایجاد رابطه با چنین نهادهای بزرگی، بلکه به دلیل علاقه به ملاحظه حرکت امور در مسیرهای مختلف برقرار می شود. ما در دو سطح با چنین توضیحاتی مواجه شده ایم: نخست در سطح توصیف رسانه ها و سپس در سطح مستقیم تجربیات افراد در فیلم ها و برنامه های خاصی که پخش می شود. برای آن که نمونه ای از مورد اول آورده باشیم بار دیگر پای سخنان جِف اِستاین می نشینیم. جِف اکنون به نوع خاصی از رویکرد گذشته گرا

رسیده است.(۱) در این گرایش افکار روشنی وجود دارد که نشان می دهد چگونه افراد می توانند دانش و بینش جدیدی در کار خود بیاورند. از نظر جِف رسانه ها به دلایلی مانع کسب چنین دانشی هستند. در بخش زیر به نظر می آید که وی می گوید رسانه ها نوعی تأثیر پنهانی و شریرانه دارند که می خواهد خود را در ضمیر ناخودآگاه افراد جا بیندازد و برای جلوگیری از این امر باید تمرین کرد. مصاحبه گر می پرسد:

پس در واقع شما (به دلیل رویکرد مذهبی‌تان) نباید چندان با رسانه ها ارتباط داشته باشید.

جِف:

خب باید بگم که رسانه ها تشکیلات قدرتمندی دارن و بالقوه خیلی از کارها رو می تونن انجام بدن. اون ها می خوان نظر آدم ها رو جلب کنن و بیشتر آدم ها به شدت مشغولن و نمی خوان کسی مزاحمشون بشه... ولی رویکرد مذهبی ما با استقبال مواجه میشه؛ چون با ذات انسان سروکار داره، این که اون توی محیط گرم خونه باشه، گفت وگویی با افراد هوشمند داشته باشه، به زندگیش غنایی بده و تکیه گاهی داشته باشه.

مصاحبه گر:

اگر بیش از حد با رسانه ها مشغول شوید، دیگر زمانی باقی نمی ماند که بخواهید به سخنان هوشمندانه گوش فرا دهید.

جِف:

بله! ولی در عین حال این یکی از عادات زندگیه... این که خودتون رو سرگرم کنین.

۱- برای آن که جِف هم‌چنان گمنام بماند، لازم است تا نام این جنبش گذشته گرا و خودیار را که وی در آن مشارکت دارد، ذکر نکنم.

مصاحبه گر:

موضوع قابل بحثی است. بسیاری از مذاهب استفاده از رسانه ها را توصیه کرده اند، حتی این که چه اندازه تماشا کنید، چه برنامه هایی را ببینید....

جِف:

نه! چنین نسخه ای پیچیده نشده. موضوعِ به طور کلی رسیدن به آگاهی از وجود خود و توجه به عقل سلیمه.

پس از نظر جِف دیدگاه مذهبی او باعث می شود تا در پی رویکردی به رسانه ها باشد که وی را از مخاطرات و آسیب های پنهان در امان نگه دارد. وی به معنایی به وسیله رسانه ها، البته نه لزوماً شخصیت ها، پی رنگ ها یا برنامه ها ، بلکه با سبکی از استفاده آگاهانه از رسانه توصیف می شود. این نوعی روش مستقیم، شرحی از، توصیف رسانه ها است. بنابر دیدگاه جِف ما باید بخواهیم به عنوان افرادی شناخته شویم که به روش های خاصی از رسانه ها استفاده و آن ها را درک می کنند. البته در مصاحبه های ما نمونه های صریحی از روش هایی وجود دارند که طی آن ها رسانه ها افراد و خانواده ها را توصیف می کنند. در فصل ششم با خانواده بازمتولد میلیکِن آشنا شدیم. در پاراگراف های بعدی، آن ها دربارهٔ رابطه توأم با عشق و نفرت خود با سریال خانواده سیمپسِن صحبت می کنند. مصاحبه گر می پرسد:

چه چیز باعث می شود که وقتی خانواده سیمپسِن می بینید، کانال را عوض کنید؟

رِی:

وقتی حرفای زشت میگن و چیزایی مثل این.

ص:۵۲۷

جِی:

خب، اون ها واقعاً کلمات خیلی زشتی نمیگن....

لین:

نمی دونم، اون ها [جِی و بچه ها] تماشاش می کنن؟

رِی:

خونواده ما هم یکی از اون خونواده های ناهنجاره.

لین:

بله! واقعاً همین طوره.

مصاحبه گر:

خودتان می گویید ناهنجار و می خندید؟

لین:

چون حقیقت داره.

جِی:

ما فکر می کنیم گاهی ناهنجار میشیم.

مصاحبه گر:

آیا به همین خاطر است که مجموعه خانواده سیمپسِن خنده دار است؟

لین:

برخی از کارها شون خنده داره. می تونید این ها رو یک جوری به خونواده خودمون هم ربط بدیم.

جِی:

به سـختی میشه گفت کجای این سریال بامزه است. وقتی سعی دارید اون رو تجزیه و تحلیل کنید، به سختی می تونید مشخص کنین که طنز توی کدوم قسمت دیده میشه. چون خونواده اون ها خونواده عجیبیه... درگیر

موقعیت هـای عجیبی میشه که صادقانه بگم بیشتر مردم درگیر اون ها نمیشن.... چرا این مجموعه تا این انـدازه محبوبه؟ سـخت میشه گفت چرا. فکر می کنم هر کسی بخشی از خودش رو توی اون می بینه.

مصاحبه گر:

شما می خندید؟ لین می بینم که می خندید؟

لین:

درست مثل سریال متأهل و خانواده... ببخشید منظورم متأهل و بچه داره.

این اظهـارنظر دربـاره خانواده سـیمپسِن آشـکار و خودآگاهانه است. برنامه ای که آن ها در قسـمت دیگری از مصاحبه از آن انتقاد می کننـد. خانواده سـیمپسِن افکار و احساساتی را درباره خانواده و زنـدگی خانوادگی ارائه می دهد که به گفته میلیکِن ها انگار آن ها و تجربیات خانوادگی شان را شرح می دهد؛ البته تماشای این برنامه احساس لذت همراه با گناهی در بر دارد و لین از نظر جـداکردن خود با برخی از عناصـر این برنامه، در این پاراگراف نقش مادر را بر عهده دارد ولی خود او نیز اعتراف می کند که این مجموعه تا حدی توصیف خانواده میلیکِن نیز هست. شاید این موضوع گواهی بر ماهیت برنامه های تلویزیونی از قبیـل خانواده سـیمپسِن باشـد. آن ها انگشت خود را بر روی نبض زنـدگی معاصـر گـذارده انـد و روش هایی برای بیان این نبض می یابند که به ویژه برای مخاطبان جذاب و واقعی است. خانواده سـیمپسِن بخشـی از گفت وگوی معاصر درباره زندگی خـانوادگی و ارزش هـای خانوادگی است و حتی خانواده هایی چون میلیکِن که می خواهنـد از ارزش های منعکس در رسانه ها جدا باشند، خود را در چنین برنامه هایی منعکس می بینند.

هر یک از رده بندی هایی که تاکنون ملاحظه کردیم به نخستین سطح ارتباط، تجربیاتی در رسانه ها مرتبط می شود. هم ذات پنداری با رسانه های خاص و این برداشت که رسانه ها می توانند افراد و خانواده هایی از جمله میلیکِن ها را توصیف کنند، جزو مشخصات ارتباط مستقیم با محتوای رسانه ای محسوب می شود. به نظر می آید که جودی کروز و رِیچِل اِستاین در نمونه های بالا ارتباط مستقیمی با رسانه ها دارند. دومین سطح ارتباط، شامل استفاده از رسانه ها در زمینه ای گسترده تر است. ما با رسانه ها در خانواده، محیط کار و روابط اجتماعی تعامل داریم و به نظر می آید که این روابط برای بسیاری از مصاحبه شوندگان انگیزه مهمی باشد. رده بندی بعدی نشان‌دهندهٔ همین سطح دوم، تعامل با رسانه ها است.

«با استفاده از رسانه ها خود را توصیف می کنم»

«با استفاده از رسانه ها خود را توصیف می کنم»

مِگان سیلی که پیش‌تر گفته های اش را شنیدیم یکی از باپتیست های جنوب آمریکا و مادری مجرد است که چنان که گفتیم پسر نوجوانش دِل نام دارد. در جایی از مصاحبه وقتی او از افکار و تصاویر مرتبط با هویت خود در مقام مادر سخن می گوید، از وی می پرسیم آیا رسانه ها چنین منابعی فراهم می آورند یا خیر. او با نقل داستانی از تجربه خود با پسرش به پرسش ما پاسخ می دهد. دِل در کلاس نهم تصمیم گرفته بود مدرسه را ترک کند و مِگان ضروری دید که بدون اعلام قبلی به مدرسه برود و او را تحت نظر بگیرد.

مگان:

اون واقعاً شـرمنده شـد. بهش گفتم اگه یک بار دیگه این کار رو تکرار کنی با حوله حمام و دمپایی به این جا میام. می دونید من مجموعهٔ روزین(۱) رو دیده بودم و فکر کردم: «آه، این خیلی محشـره!» (می خندد). این کار، اون رو سر جاش نشوند. دِل واقعاً خجالت زده شد.

سپس مصاحبه گر در پرسشـی دربارهٔ رسانه ها به این واقعه اشاره می کنـد و مِگان با سـرعت این پرسـش را با مذهب و ارزش های معنوی مرتبط می سازد. مصاحبه گر می پرسد:

آیـا شـما در ایفـای نقش خود در زنـدگی دِل هرگز از رسـانه ها اسـتفاده کرده ایـد؟ منظورم این است که شـما دربارهٔ سـریال روزین شوخی کردید. آیا موارد دیگری هم هست که از رسانه ها گرفته باشید؟

مِگان: (می خندد)

آره! خب، بعضـی وقتا. دربارهٔ رسانه ها باید بگم اگه درسـی باشه که قراره بیاموزم یا اگه درسـی معنوی باشه، از اون اسـتقبال می کنم. نوارهای صوتی ـ مذهبیِ خوبی همراه با آثار دیگه ای وجود دارن که ما توی خونه تماشا می کنیم.

این داوریِ مِگان دربارهٔ رسانه ها تا حدی پرسـش های مربوط به تعامل با رسانه ها و توضـیح پیرامون آن ها را با هم تلفیق می کنـد. در شـرایطی که وی ارتبـاط خود بـا روزین و نوارهـای صوتی مسـیحی را بیان می کنـد، آن ها را در حکم روشـی برای برقراری ارتباطات با دِل و بازنمایی ارزش های مذهبی خود می داند. خودبیانگری وی هم برای مصاحبه گر و هم برای دِل که از

۱- Roseanne.۱ سریالی کمدی که در ۲۲۲ قسمت ۲۲ دقیقه ای از سال ۱۹۸۸ تا ۱۹۹۷ پخش شد. سریال دربارهٔ خانواده ای کارگر است که با مشکلات خود دست و پنجه نرم می کنند. (م.)

طریق رسانه ها صورت می پذیرد، موردی خاص و نسبتاً متعارف است.

به دلایل فراوانی که در فصل های دوم و سوم بیان کردیم، انتظار داریم جوان ترها علاقه ویژه‌ای به رسانه ها و به کارگیری آن ها در شکل دادن به هویت خود داشته باشند.

یوتا فالون دختر دوازده ساله وایونا است که در فصل پنج درباره او صحبت کردیم. وی با مادر مجرد و خواهر بزرگ تر خود در شهر کوچکی در غرب ایالات متحده زندگی می کند. وی موسیقی معاصر مسیحی (CCM) را در حکم نمونه ای از کاربرد رسانه ها برای خود بیانگری در زمینه اجتماعی ذکر می کند. به نظر می آید که CCM ظرفیت دارد تا به جوانانی هم‌چون یوتا فرصت بدهد که هویتی متفاوت بیابند. این که با ایمان اوَنجلیکال یا مسیحیان بازمتولد همدلی کنند.

مصاحبه گر می پرسد:

بسیار خب آیا هیچ ارتباط معنوی ای بین خود در مقام یکی از طرفداران دی.سی.تاک(۱) و مذهب یا چیزی شبیه آن می بینید؟

یوتا:

خب، دی.سی.تاک، گروهی مسیحیه و من واقعاً به چیزی جز موسیقی مسیحی گوش نمیدم؛ چون موسیقی های پاپ احمقانه اند؛ مثلا اِن سینک،(۲) بَک استریت بویز.(۳) واقعاً علاقه ای به اون ها ندارم.

۱- dc Talk: یکی از گروه های موسیقی راک/ رپ مسیحی که آثارش تا حدی باعث افزایش محبوبیت ژانر موسیقی معاصر مسیحی در دهه ۱۹۹۰ شد. (م.)

۲- :N'Sync گروه موسیقی پاپ آمریکایی که بین سال های ۱۹۹۵ تا ۲۰۰۲ فعال بود. (م.)

۳- Back Street Boys: گروه آمریکایی سبک پاپ/راک که در ۱۹۹۳ تشکیل و در ادامه دهه ۱۹۹۰ تبدیل به یکی از محبوب ترین گروه های این سبک شد. (م.)

ص:۵۳۲

مصاحبه گر:

چه چیز احمقانه ای در کارشان هست؟

یوتا:

ترانه هاشون بی معنیه. در حالی که ترانه های مسیحی معنای واقعی دارن. اون ها به شما پیام میدن. این که هر جا باشید، خدا با شماست.

یوتا چگونگی استفاده از رسانه ها را برای مقاصد خود بیانگرانه توضیح می دهد. در یک سطح، او تمایزی آشکار بین رسانه های مسیحی و غیر مسیحی ترسیم می کند و دی سی تاک و گروه های سکولار را در جاهای دقیقشان در نقشه قرار می دهد. هم زمان این موضوع بنابر تعریف، جایگاه مشخصی برای او تعیین می کند. یوتا تمایزات خاصی قائل می شود و در موسیقی مسیحی پیامی واقعی می یابد. هم چنین مهم است که بدانیم اهمیت این ژانر از موسیقی برای یوتا در کیفیات ماهوی آن و ایجاد امکان توصیف خود در حکم فردی است که آن را ترجیح می دهد.

پریسیلا کاستلو که در فصل پیش وی را فردی معتقد و جوینده مابعدالطبیعه شناختیم، با شوهرش بوچ و دو فرزندشان در حومه شهری بزرگ زندگی می کنند. خانواده کاستِلو در مدتی نسبتاً طولانی در ژاپن زندگی کرده اند. آن ها به بودیسم و دیگر مذاهب آسیایی علاقه دارند و در حالت اصیل جویندگی خود با آن مواجه می شوند. آن ها مجموعه ای از سنت ها را با خانواده و عملکرد معنوی خود تلفیق ساخته اند. پس جای تعجب نیست که پریسیلا می تواند با مجموعه ای گسترده و متنوع از منابع پراکنده و انواع رسانه های مهم از جنبه مذهبی یا معنوی

همدلی کند. مصاحبه گر می پرسد:

آیا گمان می کنید چیزی در رسانه ها وجود دارد که به معنویت شما کمک کند؟ به نظرتان در رسانه ها عملاً چیز مفیدی برای بررسی معنوی شما وجود دارد؟

پریسیلا:

می تونم از مجله Nexus اسم ببرم. به گمونم نشریات و کتاب هایی وجود دارن که مفیدن.

مصاحبه گر:

پس به نظر می آید رسانه مورد علاقه شما برای جست وجوی معنوی چاپ و انتشارات است. هنگامی که درباره رسانه های صفحه ای، مثل تلویزیون صحبت می کنیم، شما کمتر به یافتن جنبه های معنوی و الهام در آن ها تمایل نشان می دهید؟

پریسیلا:

آره! البته به جز تلویزیون سراسری. می دونم که شبکه PBS هم آثار جالبی نمایش میده. قراره دو روز پی در پی برنامه هایی دربارهٔ تبت نشون بده. بوچ منتظر میشه تا ببینه کِی برنامه رو پخش می کنن. من خودم نمی دونم در حال حاضر چه برنامه هایی به نمایش درمیاد ولی گاهی که اون به تماشای تلویزیون میشینه و چیز جالبی پیدا می کنه من هم کنارش تماشا می کنم، چیزایی درباره مردم و.... پس می تونم ببینم که گاهی برنامه های مناسبی پخش میشه. مطمئنم اگه به تلویزیون کابلی دسترسی داشتیم، در اون برنامه ها هم می تونستیم نکات معنوی مفیدی پیدا کنیم.

پریسیلا دیدگاهی را مطرح می کند که پیش تر شنیده ایم: ایجاد تمایز بین رسانه های مختلف از جنبه ارتباط آن ها با افکار و ارزش هایی که برای وی از همه جالب ترند. مصاحبه گر می خواهد مطمئن شود که آیا

پریسیلا رسانه های دیگر را بر تلویزیون ترجیح می دهد. پریسیلا این موضوع را تأیید می کند و می گوید که به ویژه تلویزیون سراسری جایی است که می توانـد انتظار برنامه های خوبی را در آن بکشـد. هم‌چون بسیاری دیگر وی در اولویت های خود برای رسانه های غیر صفحه ای و دربارهٔ فیلم استثناء قائل می شود.

در جـای دیگری از مصاحبه از وی پرسیده می شود که آیا خود به طور فعال، چیزی مرتبط با خودِ معنوی اش را می جوید یا خیر.

مصاحبه گر می پرسد:

آیا تاکنون چیزی مرتبط با معنویت در تلویزیون یا سینما یافته اید؟

پریسیلا:

بعضـی وقتـا توی سـینما چنین چیزایی رو یافتم. من معمولاً فقط فیلم های هنری یا چیزایی این جوری رو می بینم. بله! البته فیلم های ویـدیویی هم می بینم. مـدت هاست که دیگه چنین فرصتی برام پیش نیومده، ولی دوست دارم فیلم های ویدیویی دربارهٔ مذهب رو ببینم. بیشتر این آثار دربارهٔ الهه ها یا بودیسمه.

مصاحبه گر:

دربارهٔ موسیقی و معنویت نظرتان چیست؟

پریسیلا:

موسـیقی!؟ من مجموعه بزرگی از آثار موسـیقی نـدارم ولی می تونم به کتابخونه برم و مثلاً موسـیقی سِلتی رو به دست بیارم. قوم سِلت موسیقی فوق العاده ای دارن. من به موسـیقی گوش میدم و فکر می کنم که چطور این موسـیقی رو ساختن!؟ سعی دارم جست وجو کنم (بیشتر در کتابخانه) و

موسیقی جدید پیدا کنم. اگه ما می تونستیم پول بیشتری توی این راه خرج کنیم، احتمالاً سی دی های بیشتری می خریدم؛ البته اگه از چیزی واقعاً خوشم بیاد اون رو می خرم.

پریسیلا نیز مانند بسیاری از کسانی که با آن ها مصاحبه کردیم، فیلم و موسیقی را ترجیح می دهد؛ زیرا معتقد است آن ها نمادها و ارزش هایی را بازنمایی یا منتقل می کنند که برایش اهمیت دارند. در این جا موضوع مرتبط با بحث ما چگونگی برخورداری از تجربه رسانه ها در ایجاد فرصتی برای معرفی، پیوند یا تبادل اجتماعی است. پریسیلا توضیح می دهد که رسانه ها در دو سطح عمل می کنند. پریسیلا می گوید که این رسانه ها برای وی کاربرد خاصی دارند. هم‌چنین برای خودشناسی و روش تبدیل رسانه ها به مجموعه ای از پیوندهای توصیفی که از طریق آن ها وی می تواند از جنبه مذهبی و معنوی بگوید کیست، کاربرد دارند.

«می خواهم رسانه ها را به چالش بکشم و رد یا تأیید کنم»

«می خواهم رسانه ها را به چالش بکشم و رد یا تأیید کنم»

همان‌طور که مردم رسانه ها را برای رسیدن به هویت و شناخت به کار می برند، رسانه ها نیز به ایجاد تمایزهای خاص کمک می کنند. توافق دربارهٔ معنی، دلالت یا مشروعیت نمادها و پیام های گوناگون رسانه ای در اغلب راهبردهای تأویل گرانه ای که دیدیم و نیز در ارزیابی آن ها اهمیت دارد؛ البته نمونه های فراوانی از این بیانیه های ارزش یابانه در مصاحبه های ما وجود دارد. پیش‌تر جایی که خانواده میلیکِن از دیدگاه خود نسبت به تله وَنجلیسم و دیگر رسانه های مذهبی صحبت می کردند،

محور سخنان شان به چالش طلبیدن این برنامه ها بود. بیایید برخی از دیگر نمونه‌ها را بررسی کنیم؛ همان گونه که پیش تر آمد، کریس چَندلر، کاتولیک سابق، اکنون گرایش خاصی به مابعدالطبیعه یافته و به جست و جوی موضوعات آن می پردازد. سلیقه و علاقهٔ رسانه ای مرتبط با معنویت وی، بازتاب علایق گسترده تری است که در فرهنگ جوینده گی وجود دارد. مانند بیشترِ مصاحبه شونده گان ما، هنگام فکر کردن درباره این که آیا رسانه ها می توانند زمینه ای برای جوینده گی اصیل باشند، سخت به فکر فرو می رود؛ ولی دربارهٔ اینترنت تمایز قائل می شود. مصاحبه گر می پرسد:

آیا تا کنون چیزی مرتبط با مذهب یا معنویت در تلویزیون یا اینترنت یا دیگر رسانه ها جسته اید؟

کریس:

بله! توی اینترنت جست وجو کردم، در اون جا منابع قابل توجهی وجود داره.

مصاحبه گر:

... در کجا؟ آن ها درباره چه بودند؟

کریس:

خب، نمی تونم اون سایت های اینترنتی رو نام ببرم ولی قطعاً وقتی دوباره در حال و هوای جست وجو قرار بگیرم، می دونم که کجا باید برم و چه چیزی رو دنبال کنم... من همیشه علاقه خاصی به سرخ پوستان آمریکا داشتم ولی نمی تونم دقیقاً بگم که این گرایش مذهبی هست یا نه. دربارهٔ تلویزیون هرگز نمی تونم چیزی بگم. شما بیشتر به جنبه مذهبی موضوع توجه دارین؟

مصاحبه گر:

یا جنبه معنوی، مضامین یا چیزهای معنوی.

کریس:

اگه تلویزیون روشن باشه چیزایی می بینم ولی نمی خوام بگم که اون ها رو جست وجو کردم. شاید فقط معانی گوناگون رو دنبال کرده باشم... مثلا نظرکردهٔ فرشته رو نمی بینم.

کریس احساس می کند که اینترنت برای جست وجوی اطلاعات یا دیگر منابع، بهتر از رسانه های دیگر است. رویکرد کریس ترکیبی از تجربه و توصیف رسانه ها است. انتظارات وی از شکل ها و ژانرهای رسانه ای تعیین می کنند که وی کجا باید به جست وجوی منابع مرتبط یا معنی دار بپردازد. وی در این بخش ژانرهای سالم تلویزیونی برای نمونه نظرکردهٔ فرشته را نمی پذیرد و در عوض اینترنت و سایت های اینترنتی را که اطلاعات مفید و خوبی دربارهٔ سنت های سرخ پوستان آمریکا ارائه می دهند، تأیید می کند.

این نکته جالب است که او به هر صورت دقیقاً نمی تواند از سایت اینترنتی خاصی نام ببرد. در عوض به نظر می آید که منابع مناسبی در اینترنت برای وی قابل دسترسی است و اگر تصمیم بگیرد به جست وجو بپردازد منابع مناسبی خواهد یافت. این طرز تلقی یادآور سخنان دانا بیلر، استفانی کلاین و دیگر فرضیات درباره اینترنت است که یکی از تمایزهای اساسی اش فراهم آوردن امکان دسترسی به منابع اطلاعات است.

به نظر می آید که دانا بیلر افکار و معیارهای روشنی دربارهٔ انواع آثاری دارد که در عرصه رسانه ها انتخاب می کند. پیش‌تر وی

انگیزه هـای اش را برای جست وجوی اطلاعات درباره دیگر مـذاهب از جنبه تمایزهای آشکاری بیان کرد که بین سـنت ها و شوق به فراگیری اطلاعات مفید برای برقراری ارتباط با معتقدان به دیگر سنت های مذهبی وجود دارد.

وقتی از دانا بیلر دربارهٔ استفاده از اینترنت برای دریافت اطلاعات مذهبی یا معنوی می پرسیم، دانا کاربرد این رسانه را با اشاره به تجربه اخیرش در کلیسا بیان می کند:

ما توی کلیسا از طریق اینترنت اطلاعاتی دربارهٔ مذاهب مختلف به دست آوردیم و نکات مهمی در این مورد آموختیم. ما یک هفته دربارهٔ اسلام و سِوِنس دِی اَدوِنتیسم (ظهورباوری)(۱) تحقیق کردیم. وقتی به خونه اومدم، باز هم به جست وجو پرداختم تا اطلاعات بیشتری به دست بیارم. این اطلاعات همه خوب و مفیدن. من اون قدر وقت نداشتم که مطابق میلم جست وجو کنم ولی اطلاعاتی که به دست آوردم همه شبیه همند. به هر حال نکته ای باقی نموند که درباره اون صحبت نکرده باشیم.

مصاحبه گر:

هنگام تماشای تلویزیون هم، چنین کاری را انجام می دهیـد؟ اگر نمایش های تلویزیونی یا فیلمی ببینیـد که اعتقاداتی متفاوت با عقاید شما را مطرح کند چه واکنشی نشان خواهید داد؟ همین طور مجلات یا چیزهای دیگر؟

---

۱ - Seventh Day Adventist Church: یکی از فرقه هـای مسیحی در ایالات متحده که آموزه هـای آن منطبق بر اصول اونجلیسم است. پیروان این فرقه به ظهور مجدد و قریب الوقوع مسیح اعتقاد دارند. (م.)

دانا:

گمون می کنم بستگی به این داره که چه چیزیه و چه اطلاعاتی توش وجود داره. اگه چیزی باشه که به نظرم آزاردهنده بیاد، اون رو دنبال نمی کنم. من واقعاً دیدِ مثبتی به تلویزیون ندارم. به نظرم بیشتر برنامه هاش آشغاله. اگه اون رو روشن کنم و دو دقیقه از سریالی رو تماشا کنم که مزخرف باشه دیگه هرگز سراغش نمیرم.

مصاحبه گر:

نمایش یا سریال مزخرف چگونه است؟

دانا: (می خندد)

می دونستم این رو می پرسید. بنابر معیارهای من خیلی از مجموعه ها مزخرفند؛ مثلا وقتی به نمایش خشونت روی میارن....

مصاحبه گر:

می توانید به نمونه ای از این برنامه های مزخرف اشاره کنید؟

دانا:

بگم که سریال مزخرف چطوره؟ همین موضوع به شما نشون میده که من تا چه حد به تلویزیون علاقه مندم. خب الان تلویزیون نمی بینم ولی چند وقت پیش تماشا می کردم. داشتم سریالی می دیدم، فکر می کنم اسمش مجرد(۱) بود. این سریال دربارهٔ مردیه که با زن های مختلفی قرار ملاقات میذاره، همه اون ها به اتفاق هم در خونه ای زندگی می کردن و اون مرد... واقعاً مزخرف بود! باعث شد تا من... (می خندد).

مصاحبه گر:

بسیار خب، به نظر شما آیا برنامه های تلویزیونی، سایت های اینترنتی و

۱- Bachelor سریالی که در ژانر ترکیبی رمانس/تلویزیون-واقعیت/نمایش-بازی پخش آن از سال ۲۰۰۲ شروع شده است. (م.)

رسانه های دیگری وجود دارند که حقیقی تر و صادق تر از دیگران باشند؟ اگر چنین است، آن ها را چطور ارزیابی می کنید؟

دانا:

بله! فکر می کنم برخی از اون ها نسبت به بقیه حقیقی تر باشن. تصمیم گیری در این مورد سخته ولی این کار رو ضمن صحبت با دیگران انجام میدم تا ببینم آیا اون رو دیدن، چیزی دربارهٔ اون شنیدن یا می دونن؛ البته منظورم از دیگرون آدم هاییه که بهشون اعتماد دارم. در بیشتر موارد... خب به گمونم بستگی داره که با چه چیزی مواجه میشید. اگر من با چیزی مواجه شوم، سعی می کنم به طور کامل اون رو بخونم و به غرایزم اعتماد کنم. احساسم اینه که اگه غرایزم رو خصوصاً به این شیوه دنبال کنم، توسط خدا هدایت خواهند شد. پس احساس می کنم که در مسیرهای مختلف هدایت میشم؛ البته بعضی وقتا این طوری نیست. در این موارد بستگی داره که محتوای اثر چگونه باشه. منظورم اینه که شاید با چیزی برخورد کنم که با عقایدم جور در نیاد... البته بستگی داره که در جست وجوی چه چیز باشم. اگه فقط به جست وجوی اطلاعات بپردازم، وضع فرق می کنه. می تونید اطلاعات رو در جاهای مختلفی پیدا کنین. این یک موضوعه. موضوع دیگه اون که اگه خواستار هدایت مذهبی یا چیزی بشید که نیازمند انتخاب گری بیشتری در منابع باشه، قضیه متفاوت خواهد شد.

دانا از ارزیابی رسانه ها ابایی ندارد. به نظر می رسد او رسانه های اطلاع رسان (اینترنت) و رسانه‌های دارای برنامه های سالم را تأیید می کند. سلیقه، ارزش ها و غرایز او نسبت به رسانه ها مبنای چیزهایی را که برای چنین داوری هایی نیاز دارد فراهم می آورد. گرچه وی می گوید برای مشاوره و ارزیابی تلویزیون و اینترنت قدری هم متکی بر دیگران است. در هر صورت نکته مهم این است که ارزیابی های بالا برای وی

مهم هستند و آن ها را ضروری و کم و بیش پایدار توصیف می کند. به نظر می رسد دست کم در یک سطح از توصیف رسانه ها بیشتر مردم می خواهند بگویند که معمولاً رسانه ها را به روش هایی که مرتبط با ارزش ها و اعتقاداتشان است، می پذیرند، رد می کنند یا به چالش می طلبند.

«من از رسانه ها برای صحبت با فرزندانم یا دیگران درباره ارزش ها و اخلاق استفاده می کنم»

«من از رسانه ها برای صحبت با فرزندانم یا دیگران درباره ارزش ها و اخلاق استفاده می کنم»

در استفاده از رسانه ها، وظایف و رفتار پدر و مادر یکی از زمینه های اصلی بحث و درک است. من و همکارانم در کتاب رسانه ها، خانه و خانواده درگیر بحثی کامل دربارهٔ روش مصاحبه شوندگان برای درک و استفاده از تلویزیون و دیگر رسانه ها بر زمینه زندگی خانوادگی شدیم.(۱) این موضوع پذیرفته است که تعاملات والدین و فرزندان دربارهٔ رسانه ها، یکی از مضامین اصلی زندگی خانوادگی معاصر و یکی از چالش های مرتبط با انجام وظایف والدین به صورتی خلاق است. در واقع پژوهش های ما نیز این موضوع را تأیید می کنند. پس جای تعجب ندارد که دریابیم بسیاری از مصاحبه شوندگان ما از روش هایی صحبت می کنند که طی آن ها در انجام وظایف والدین و زندگی خانوادگی دخیل می شوند. در بیشتر موارد، این توضیحات درباره چگونگی انتقال

۱- Hoover et al. (۲۰۰۴).

ارزش هایی است که در تضاد با ارزش های والـدین قرار دارند. ارزش هایی که والدین مایلند به عنوان هنجار در خانواده های شان حفظ کننـد ولی رسانه ها گاهی خلاف آن را منعکس می سازند. در دیگر موارد، خانواده هایی که رسانه ها را در حکم پدیده ای ارزشمند و حتی مثبت در گردهمایی ها و تعاملات خانوادگی به شمار می‌آورند، توضیحات مستدلی ارائه می دهند. بسیاری از رده بندی های کاربرد رسانه ها که تا کنون در این فصل از آن ها صحبت کرده ایم، به این موارد مرتبط می شوند. به هر حـال، رده سومی هم در اسـتفادهٔ والـدین از رسـانه هـا وجود دارد که در مصـاحبه هـای ما با قـدرت جلوه می کنـد: این واقعیت که رسـانه هـا در حکم محصولـات فرهنگی قدرتمنـد، پیـام هـای فرهنگی و ارزش هـایی را منتقـل می کننـد که برای تعاملات، بین والـدین و فرزنـدان، گفتمان و آموزش ساخته و پرداخته شـده اند. از جهتی بسـیاری از والدین، رسانه ها را جزو عوامل دست اندرکار تهیه مواد آموزشـی برای انتقال ارزش ها و اخلاقیات می دانند. برخی از والدین، موضعی کاملاً آگاهانه و سامان منـد به این موضوع دارنـد و دیگران به شـکل غیر رسـمی تری آن را بیان می کنند؛ البته از نظر تقریباً همه آن ها، این ظرفیت رسانه ها فرصتی مسـلم است. مِگان سـیلی این وضـعیت را در پاسـخ به پرسشـی دربارهٔ جست وجوی چیزهای مرتبط با مذهب یا معنویت در تلویزیون یا فیلم تشریح می کند.

مصاحبه گر:

آیا شما هرگز در تلویزیون یا سینما به جست وجوی چیزهای مرتبط با مذهب یا معنویت پرداخته اید؟

مِگان:

آه... در بعضـی از سریال ها یا فیلم های تلویزیونی چیزایی دیدم. اگه اون ها صحنه های غیراخلاقی و چیزایی مثل این رو نشان بدن، می خوام دِل بفهمه که بر اساس نظام اعتقادی من، این ها مناسب تماشا نیستن ولی معمولاً... احساس می کنم که اون هم افکار من رو قبول داره. خدای من! (خطاب به دِل) آیا اعتقادات من تو رو ناراحت می کنه؟

دِل:

نه!

مِگان:

بسیار خب!

مِگان:

ولی به گمونم بـا این روش میشه رسـانه هـا رو به عنوان ابزاری برای نشان دادن شخصـیت و رفتار اخلاقی به کار گرفت؛ چون برنامه های بد فراوونی از اون ها پخش میشه.

مصاحبه گر:

در MTV هم نمونه هایی از آن ها را می بینید؟

مِگان:

بله! چندتایی هسـتن ولی می تونید از هر فرصتی در زندگی برای نگریسـتن اسـتفاده کنید. به خصوص در مقام پدر یا مادر می تونیـد ارزش های خوب اخلاقی و چیزایی مثل اون رو آموزش بدید. پس همواره فرصت هایی وجود داره، چه توی رسانه ها، موسیقی یا می دونید وقتی توی خیابان قدم می زنید و می بینید که مردم با هم گسـتاخانه حرف می زنن. همیشه فرصت هایی وجود داره.

جالب است که مِگان پرسشی را که درباره تصویر مذهب و معنویت

در رسانه ها مطرح شده است، به شکلی مثبت به جهت دیگری سوق می دهد. در واقع واکنش او با انتظارات ما به دو صورت، تفاوت دارد. نخست، وی پرسش را به صورت تأکید بر ارزش ها و اخلاقیات و نه معنویت یا مذهب تأویل می کند و دوم، مثال های وی بیش از آن که مثبت باشند، منفی هستند. از نظر مِگان رسانه ها عرصه گسترده‌ای از تصویرپردازی های منفی و مسئله دار هستند. به هر حال با ایفای نقش مثبت پدرانه_ مادرانه، می توان این تصویر را مثبت کرد. پس مِگان با بسیاری از والدین و مصاحبه شوندگان ما توافق دارد که رسانه ها به خودی خود بیشتر تأثیر منفی بر فرزندان و جوانان دارند بنابراین، موضع مناسب والدین می تواند نظارت و مراقبت دایمی بر این موضوع و آمادگی برای دگرگون سازی تصاویر و ارزش های مسئله ساز به صورت فرصت هایی برای تعامل مثبت باشد. این موضوع هم جالب است که وی نمونه های عینی کمی برای تأیید دیدگاه خود می یابد. برای نمونه MTV می تواند یکی از منابع مسلم چنین آثاری باشد، ولی به نظر نمی آید که او دست کم این اواخر با دِل دربارهٔ MTV گفت و گو کرده باشد.

پیش‌تر از زبان فِرد کلاین شنیدیم که چه اندازه تحت تأثیر فیلم کشتن مرغ مقلد قرار گرفته است. اظهارنظر دخترش استفانی را هم دربارهٔ استفاده از اینترنت برای دریافت اطلاعاتِ دیگر مذاهب شنیده ایم. فِرد در دیدگاه جهانی اش بیش از مِگان سیلی سکولار است؛ ولی دربارهٔ ظرفیت های رسانه برای ایجاد فرصت گفت وگوی والدین با فرزندان و دخالت آن ها در استفاده از رسانه ها، با وی هم عقیده است. او نیز مانند

مِگـان به شـکلی تقریباً سـاده رسانه ها و ارزش های منفی را با هم مرتبط می سازد که طبعاً دخالت والـدین هنگام اسـتفاده از محصولاـت آن هـا را می طلبـد. فِرد، کمـدی موقعیت کلاسـیک در مجموعه نمایش‌انـدی گریفیث را به عنوان یکی از برنامه های محبوبش نام می برد که محتوای مثبتی دارد. جالب آن که وی با گِلن دانگل که از نظر دیـدگاه مـذهبی تفاوت فراوانی با او دارد درباره معنی و ارزش برنامه گریفیث موافق است. او نیز ماننـد گِلن، دوره‌انـدی را دورانی می داند که زندگی ساده تر بود، زنـدگی برای بزرگسالان و جوانان پیچیدگی کمتری داشت و البته روابط خانوادگی هم در آن دوره ساده تر بودند. وقتی از فِرد می پرسیم که از چه برنامه هایی بیش از همه بدش می آید، پاسخ می دهد:

خب، برنـامه هـای زیـادی وجود دارن... فیلم هـایی هسـتن که از اون هـا خوشم نمیـاد ولی تماشـاشون می کنم؛ مثـل مجموعه BUT کـه شـهوانی، ناشـیانه و ابلهـانه اسـت ولی اون رو می‌بینم. به همین روال گمـون می کنم نمـایش هـاوارد اسـترِن کـاملاً مشـمئزکننده است. این برنامه وحشتناکه. هیچ ارزش درخور اعتنایی نداره ولی گاهی اون رو هم می‌بینم. دقیقاً به همین خاطره که شهوانی و ناشیانه است و هیچ ارزش مثبتی نداره. نظرم دربارهٔ مجموعه کله خر(۱) هم همینه.

۱- Jackass. مجموعه برنامه ای پربیننده در شبکهٔ MTV با حضور جانی ناکسویل و رفقای اش که به دلیل استقبال، تبدیل به دو فیلم سینمایی شد که هر دو را جف ترمین در سال های ۲۰۰۲ و ۲۰۰۶ کارگردانی کرد. این اثر نمونهٔ کاملی از ابتذال در فیلم سـازی است. در این اثر گروهی از جوانان خود را در موقعیت های مختلف قرار می دهنـد و از آن فیلم برداری می کننـد. موقعیت هـایی چون: ایسـتادن در برابر شـلیک سـاچمه به بـدن خود!، خوردن مـایع اسپرم یـک اسب در برابر دوربین!، خوردن مدفوع سگ!، تلاش برای چرخیدن در یک دایرهٔ بسته با کمک یک موتور کوچک که در بیشتر موارد همراه با سقوط است!، تعویض جای شوهر یک زن با مردی با همان قـدو قواره و بعد ضـبط واکنش زن وقتی از خواب شـبانه در کنار همسـرش بیدار می شود!، گذاشـتن داغ مخصوص گاوهـا بر بـاسن یکی از اعضا آن هم در برابر دوربین و نمونه های مبتـذل دیگر که عمـدتا نمایش آن ها همراه با آسیب های جسمی افراد است و البته به قیمت زیر پا گذاشتن مرزهای اخلاقی. (م.)

مصاحبه گر:

آیا علت تماشای برنامه های یاد شده این است که شما را از آن چه در کل دنیا می گذرد با خبر می کند یا...

فِرد:

نه! در این برنـامه فقـط آدم هـایی رو می بینیم که کارهـای احمقـانه می کنن و به نظرم، گـاهی تماشای کارهای احمقانه مردم جذابه.

مصاحبه گر:

آیا در این جا بین چیزهایی که دوست دارید و دوست ندارید و آن چه معنویت می پندارید، رابطه ای وجود دارد؟

فِرد:

... دربارهٔ الاغ این طور نیست ولی حرف شـما مسلماً دربارهٔ نمایش اندی گریفیث صدق می کنه. این مفهوم توی دل مجموعه گریفیث به چشم می خـوره که همه جـا خـوبی وجـود داره، روابـط فردی ارزشـمنده، همه چیز سـاده تر از اونه که می بینیـد و مسائل رو میشه برطرف کرد. شایـد این موضوع در ذهن من شبیه داسـتان پریان به نظر بیاد ولی برام جذابه به خصوص الان که بچه ها بزرگ شدن و دغدغه دارن بدونن چه اتفاقاتی توی دنیا می افته.

فِرد از حیث عادات دیـداری و شـنیداری به شـیوه نامتعارفی خود ــ افشاگرانه صـحبت می کنـد. انگیزه های او برای این لـذت های توأم با گناه بسـیار روشن‌انـد. او صادقانه می گویـد که آن ها را تماشا می کنـد. از جهتی هم قـدری شبیه جی میلیکِن در فصل ششم است که به نظر می آید برخی از عادات تماشای برنامه های اش فقط در اثر روشن بودن تلویزیون

و دسترسی به دو شبکه ای که برنامه های اش را دریافت می کند شکل گرفته است. وقتی به وی فرصت می دهیم تا یکی دیگر از انگیزه های اش را توضیح دهد، فِرد آن را رد می کند و بار دیگر به این مفهوم ساده برمی گردد که تماشای مردم هنگام انجام کارهای احمقانه برای او جالب است. او نیز مانند مِگان سیلی، پرسشِ معنویت و رسانه ها را به ارزش ها و اخلاقیات مرتبط می سازد و سپس برنامه مورد علاقه خود، سریال اندی گریفیث را در حکم برنامه ای برای انتقال مفهومی از ارزش های مثبت و زندگی در دورانی ساده تر توصیف می کند، چیزی که آن را برای بچه های امروزی مثبت می داند.

در فصل هفتم با دیوید مولر آشنا شدیم. وی بیست و چند ساله، پدر سه فرزند و به شدت معتقد به مسلک مورمون است. او و همسرش کتی نقش خود را به عنوان پدر و مادر در عصر رسانه ها بسیار جدی می گیرند. برخلاف برخی والدین که پیش تر با آن ها مصاحبه کردیم، به نظر می آید این دو کاملاً از طیف گسترده برنامه های تلویزیونی و دیگر رسانه های قابل دسترس برای فرزندان شان خبر دارند و بر اهمیت این موضوع تأکید می کنند که فرزندان باید خود بر اساس داوری اخلاقی و معنوی، آثار مورد نظرشان را در حیطه رسانه ها انتخاب کنند.

مصاحبه گر:

آیا تا کنون آثاری در رسانه ها یافته اید که افکار معنوی شما را مطرح کند، مثلاً فیلم ها یا کلاً پیام هایی که با اخلاقیات شما سازگار باشند؟

دیوید:

بله! به گمونم این یکی از چیزاییه که می خوام به اون اشاره کنم. سعی

دارم همین الان نمونه ای را به یاد بیارم... برای مثال وقتی مشغول تماشای فیلم زندگی یک حشره (۱) بودیم و می دیدیم که چه جوری مورچه ها در کنار هم می ایستن و به همدیگه کمک می کنن، تحت تأثیر قرار گرفتم. اون ها شادند و با هم کار می کنن. با کمک یکدیگه همه چیز رو منظم و تمیز می کنن، هیچ کس هم گِلِه ای نداره و موضوعاتی از این قبیل که جذابن. این چیزیه که می خواهید توی زندگی خودتون هم تحقق پیدا کنه و در این راه هم تلاش می کنید. فرق نمی کنه که کارتون ببینید یا چیز دیگه ای، شاید مقاله ای در روزنامه ای ببینید که مثلاً میگه: «می دونید این بچه کوچیک این کار و این کارُ انجام داده است...» وقتی از این زاویه نیگاه می کنین می تونید هر چیزی رو که جست وجو می کنید، پیدا کنید. حتی بعضی ها میگن: «اخبار خیلی ناامیدکننده است. همه اش دربارهٔ کسانیه که گلوله خوردن یا مردن و...» توی این زمان، باز هم می تونید به چیزای مثبتی برسید، همون هایی که جست وجو می کنید. بخش عمده کاری که ما انجام میدیم جست وجوی چیزای مثبته. ما بسیار انتخاب گر هستیم و یافتن چیزای خوب کار سختیه؛ مثلا وقتی با فیلمی مثل سکوت بره ها(۲) مواجه میشید... فکر می کنید چه چیز خوب یا امیدوارکننده ای توی اون وجود داره؟ (می خندد) تنها قسمت بامزهٔ داستان مربوط به قسمت دوم فیلم با اسم هانیباله(۳) و آقایی که نقش ضد قهرمان فیلم رو بازی می کنه... فکر می کنم در نیویورک تایمز بود که خوندم اون در اولین هفته نمایش فیلم به ایالات متحده سفر کرد و هر شب توی یک شهر همراه با مردم به تماشای این فیلم نشست. توی یکی از

۱- A Bug,s Life انیمیشنی به کارگردانی جان لاسه تر و اندرو استنتن. این فیلم محصول سال ۱۹۹۸ آمریکاست. (م.)

۲- The Silence of the Lambs فیلمی از جاناتان دمی با بازی آنتونی هاپکینز و جودی فاستر. فیلمی دربارهٔ یک قاتل آدم خوار. محصول ۱۹۹۱ آمریکا. اقتباسی از رمان تامس هریس. (م.)

۳- Hannibal.۵ این فیلم در حقیقت قسمت دوم فیلم سکوت بره ها است. فیلمی به کارگردانی ریدلی اسکات و با بازی انتونی هاپکینز، جولین مور، ری لیوتا و گری اولدمدن. محصول ۲۰۰۱ آمریکا. (م.)

صحنه هـای ترسـناک جایی که توی سالن بود، دیالوگ های همون قسـمت رو برای آدم هایی که مقابلش نشسـته بودن، نجوا کرد (می خنـدد). در روزنامه گزارش شده که بعد چه اتفاقی افتاد. اون آقا میگه: «تنها جایی که مردم وحشت زده و جیغ زنان از سـالن فرار نکردن، لس آنجلس بود. اون جا مردم به طرف اون برگشـتن و گفتن: «ببخشـید، عجب آدم باحالی هستیـد! (می خنـدد) ببینیـد، خودشه! هی مرد میشه به من امضا بـدی؟» اون میگه دیگرون اون قدر درگیر فیلم شده بودن که سالن رو ترک کردن، بدون اون که متوجه حضور وی شده باشن....

مصاحبه گر:

آیا می گویید حتی در چنین موردی می توانید گاهی نکات بامزه یا حتی روحیه بخشی بیابید؟

دیوید:

چیزی که مـا می خوایم به بچه هـا یاد بـدیم اینه که... توی بیرون چیزای خوبی وجود داره و اگه به چیزای خوب بنگریـد یا به جست وجوی خوبی بپردازیـد، به چیز دیگه ای نیـاز نخواهیـد داشت. منظورم اینه که گرچه دربـارهٔ نکـات منفی برنـامه هـای تلویزیونی به شـما گفتم ولی چیزای خوبی هم توی اون ها وجود داره... من جزو علاقه مندان مجموعه خانواده سـیمپسِن نیستم ولی اگه بخواهیـد، حتی توی این برنامه هم می تونیـد چیزای خوبی پیدا کنید. به خصوص تأکیدم بر کارتون هاست، البته اگه اون ها رو توی دلتون جا ندید (می خندد) این کارتون ها مخصوص بچه ها نیستن. در واقع خیلی از اون ها برای بچه ها ساخته نشدن.

در این جا به نظر می آیـد که بین این وضـعیت و آن چه قبلاً دیـده ایم تضادی وجود دارد. گویی دیوید بین علاقه اش به فیلم های سینمایی و آثار تلویزیونی تجربه مشاهده آن ها و استنباط خود از نقش پدرانه برای

کمک به فرزنـدانش دو شـقه شده است. مانند بیشتر والدینی که با آن ها صـحبت کردیم، وی مهم ترین وظیفه خود را کمک به بچه هـا برای انتخـاب های مناسب دربارهٔ رسانه ها و شـیوه اسـتفاده از آن ها می دانـد. نکتـهٔ مهم آن که به نظر می آیـد در صورت وقوع فرصت هـایی برای تأویل و درک می توانیم چیزهایی را که به منزله رسانه های منفی می شناسـیم، به رسانه های مثبت تعبیر و تبـدیل کنیم. به قول دیویـد و دیگران، می توان در هر چیزی نکته خوبی یافت و به نظر می آید که نقش والدین، یافتن نکات خوب و برجسـته کردن آن هاست. تفکر فوق البته در این فکر مشترک وجود دارد که نقش والدین در کنار رسانه ها، کمک به فرزندان برای انتخاب های مناسب است.

چنان که دیـده ایم بهتر است عوامل آموزشـی را از رویکردهای پیش گیرانه نسـبت به رسانه ها برتر بدانیم. بیشتر افرادی که با آن ها مصاحبه کردیم مایلنـد انتخاب های شان در برابر رسانه ها از جنبه آن چه می بیننـد و انواع نتایج و درس هایی که برمی گیرند در نظر گرفته شود. تنها عده کمی از آن ها نسـبت به این موضوع بی تفاوتند که نتوانند دربارهٔ رسانه ها قضاوت کنند و یا در زندگی خود آن ها را تحت کنترل درآورند. از طرف دیگر آن ها می خواهند فرزندان شان هم به همین شـیوه فکر کنند به ویژه زمانی که پا به دوران جوانی می گذارنـد؛ بنابراین بیشتر آن ها نمی خواهند محافظ فرزندان خود (به ویژه بزرگ تر ها و نوجوان ها) در برابر رسانه های بد به شـمار آیند. در عوض دوست دارند خود و فرزندان شان به عنوان افرادی در نظر گرفته شوند که می توانند انتخاب های مستقل خود را انجام دهند.

جالب آن که دیدیم برای بیشتر مصاحبه شوندگان بسیار دشوار است که ارتباط های مستقلی بین زندگی رسانه ای خود و ارزش های زندگی خود برقرار سازند. در فصل حاضر، این موضوع، به دلیل عدم تداوم در ارتباط های بین رسانه ها و مذهب و زندگی های معنوی تشدید می شود. با وجود آن چه اندیشیده ایم و بسیاری دیگر گفته اند، در مصاحبه های ما شواهد چندانی دربارهٔ کارکرد و تأثیر رسانه ها در ارتباط مذهبی یا شبه مذهبی وجود ندارد. اگر ساحت رسانه ها بتواند فرصت هایی برای الهام مذهبی یا معنوی فراهم آورد، به طریقی که با عملکردهای متعارف همخوان باشد یا حتی بتواند جایگزین آن ها شود، می توانیم انتظارِ یافتن شواهد بیشتری از این موضوع را در مصاحبه های مان داشته باشیم. مهم تر از آن روش هایی را دیده ایم که امکان تحقق چنین امری را در فرهنگ رسانه ها می دهد. با بسط این موضوع و نگریستن به عرصه ای از کارکردها یا تأثیرهای محتمل رسانه ای، از الهام گرفته تا ایجاد هویت، می توانیم امیدوار باشیم رسانه هایی را بیابیم که منابع شفاف و صریحی دربارهٔ عملکرد مذهبی و معنوی فراهم آوردند. آن چه در عوض یافته ایم، نمونه هایی از این رده بندی های کارکرد و تأثیر است که ابداً آشکار یا تداعی گر شکل های سنتی مذهبی یا معنوی نیستند.

پیش‌تر مواردی را دیدیم که تا حدی به توضیح این امر کمک می کنند. چنان که ملاحظه کردیم، مردم تمایلی ندارند رسانه ها را از جنبه مذهبی یا معنوی معتبر بدانند. از این جهت، توضیح آن ها دربارهٔ رسانه ها واضح و مستدل است. در دنیای پسامدرن که با اصول روشنگری شکل گرفته است، این فکر که چیزی شبیه مذهب یا معنویت

را می توان در رسانه ها جای داد تا حـدی نامعقول جلوه می کند، ولی این فکر توضـیح اساسـی تری هم دارد. در حالی که به تدریـج این مصـاحبه هـا را بررسـی کردیم، دریـافتیم که عملکردهای رسانه ای، معنوی یا مـذهبی، در زیست جهان، در مکان هـای بسـیار متفـاوتی جـای می گیرنـد. در هر یک از آن ها نوعی خودآگاهی و اظهارنظر وجود دارد که آن ها را در جایگاه مناسـبشان قرار می دهـد. نمی خواهم بگویم که در این مصـاحبه هـا دلایـل و افکـار مرتبـط با فرهنگ گسترده تر چنان که در رسـانه ها بازنمایی می شونـد، دست کم با توجه به معانی فرهنگی و بازنمایی ها، قوی تر و فراگیرتر هسـتند. چنان که شایـد به نظر محتمـل برسـد این افراد و خـانواده هـایی که بـا عقایـد یا دلایل مـذهبی یا معنوی احساس نزدیکی می کننـد تعامل خود با فرهنگ را نیز بر اساس همین موارد برقرار می سازنـد، ولی در عمل چنین نیست. به نظر می آید که آن ها می خواهند ایمان و معنویت خود را به روش هایی توصـیف کننـد که افکار و ارزش های فرهنگ بزرگ تر را در بر داشـته باشـد یا خود را جدا یا قابل جـداسازی می داننـد که این مورد نزد خانواده های محافظه کار از نظر اخلاقی کاملاً محسوس است، کسانی که رسانه ها را با نوعی احساس گناه توأم با لذت ملاحظه می کنند.

به هر روی این فکر که مبنای این فصل را شـکل می دهـد (ساحت رسانه، مواد و تجربیاتی فراهم می آورد که تأثیر عملکردها یا رفتارهای مذهبی سنتی یا معنوی را به چالش می طلبد و جایگزین آن ها می شود) به نحو متقاعدکننده ای تأیید نشده است. چنان که دیده ایم لازم است در جای دیگر و با روش های متفاوت به بررسی نقش رسانه ها بر مذهب و

معنویت یا بالعکس بپردازیم.

در فصل های پنج، شش و هفت تصویر متقاعدکننده تری از این روابط ترسیم کرده ایم، مواردی که در فصل ده، هنگام نتیجه گیری و پایان کتاب دوباره به آن باز خواهیم گشت.

پاره نهم: رسانه و فرهنگی دینی عمومی پس از ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ و دوم نوامبر ۲۰۰۴

اشاره

پاره نهم: رسانه و فرهنگی دینی عمومی پس از ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ و دوم نوامبر ۲۰۰۴

اکنون دریافته ایم که افراد و خانواده ها از چه راه هایی بر فرهنگ رسانه ها تأثیر می گذارند. هم چنین دربارهٔ شباهت ها و تفاوت های تجربه رسانه ای در موقعیت های اجتماعی و دینی گوناگون اندیشیده ایم. در کل، در مصاحبه های خود دیده ایم که مصرف رسانه ها در سطح خانوار از نوعی ثبات برخوردار است و اکنون می توانیم برخی از خطوط کلی آن ثبات را توضیح دهیم. در فصل سوم، طیف ژانر ها و نهاد های رسانه ای مرتبط با دین را، که مشتمل بر اخبار، برنامه های دینی، نشریات دینی و سرگرمی بود، ملاحظه کردیم. در آن جا نشان دادم که پدیده مدرنِ مهم، همان شیوه ای است که از طریق آن این بافت های گوناگون به هم می آمیزند، ولی هم زمان با آن، نشان دادم که تأثیر بافت های غیر دینی

رسـانه هـا بر دین، محتمـل تر از تـأثیرات بـافت دینی بر بافت های غیر دینی به نظر می رسـد. ما تا حـدودی به عنوان تاییـد آن تصور، تـا این جـا توجه خود را به برنـامه های رسانه های سـرگرمی معطوف کرده ایم. در اغلب موارد به نظر رسـیده است که رسانه های سرگرمی همان بافت مشترک و مسلم فرض شده ای است که درباره آن بیش از هر بافت دیگری فکر شده و سخن گفته شده است. ولی معتقد بوده ام که پرسش واقعی این نیست که مردم تا چه اندازه توانسته یا نتوانسته اند به میزان پیش بینی شده و تخمین زده شده دیدن و مصـرفِ فلان ژانر های رسانه ها دست یابند؛ بلکه پرسش واقعی این است که مردم در پذیرش منابعی که برای شان معنی دار است تا چه حد هم سو با ژانر ها، برنامه ها، کانال ها و بافت ها حرکت می کنند.

دین و رسـانه ها در چنـدین سـطح اجتماعی و فرهنگی، که بسـیاری از آن ها را در فصل دوم معرفی کرده ام، با هم تلاقی می کننـد. به دلیل این که بخش عمده این کتاب بر تجارب روزانه و زیسـته شده مردم در خانه های شان متمرکز بوده است، ما در امتـداد تجـارب و علاـئق مردم پیش رفته ایم. از این رو، کاملاً طبیعی است که این گفت وگو ها در سـمت و سوی رسانه های عامه پسـند و سـرگرم کننده و تجارب دم دستی (بازاری شده)(۱) دین و معنویت که در میـان گذاشـته شـده و با آن جا تطبیق یافته، پیش رفته و جریان یافته اند ولی من در همان حال طرفدار برداشتی از رسانه ها بوده ام که بزرگ و فراگیر است و بر آن

۱- commodified

بوده ام که با این کار می توانیم از چندین راه و از چندین منظر به چشم انداز رسانه / دین داخل شویم.

در فصل سوم، لزوم ارائه تعریف دوباره ای از رسانه و دین را پیش کشیدم، تعریفی خالی از آن چند رده یا مقوله تحلیلی(۱) متداولی که در گذشته به کار می بستیم. چنان که در آن فصل گفتم، این نوعی برهان پست مدرن بود و گمان می کرد که واسازی برخی از آن دریافت ها به منظور ساختن برداشتی از دین و رسانه، و این بار از دل تجارب و تعامل مخاطبان، حائز اهمیت است. البته، یکی از پیامد های چنین رویکردی این تصور است که بدین ترتیب هیچ قرائت، معنا، واکنش نظام مند یا فراگیری نمی تواند وجود داشته باشد. اگر منطق مضمر متن ها و پیام های رسانه ها سرشت چهارچوب های شناخت و ارزش را توضیح نمی د هد، در این صورت این گونه چهارچوب ها را در کجا باید یافت. چنان که در مصاحبه های مندرج در فصل پیشین دیدیم، واقعیت این است که قرائت هایی کلی، مبتنی بر اجماع و نظام مند از متون رسانه ها وجود دارند. حدّی از همانندی تجربه مشترک و اجماع در سرشت رسانه ها، در انواع قرائت ها و معناهای دینی و معنوی ای که در رسانه ها با آن ها مواجه می شویم، در شیوه های به کارگیری آن قرائت ها و معناها در زندگی بینندگان وجود دارند. بسیاری از این ها از بطن تجارب مشترک، مانند سرشماری ها و برهه های همگانی در طول زندگی، سر برمی آورند. چنان که در فصل های پنجم ،ششم و هفتم دیدیم، به نظر

۱- analytical

می رسـد که والـدین، آن جـا که پای رسانه ها به میان می آیـد، همانـنـدی بسـیار زیادی در خانواده های خود بروز می دهنـد؛ همانندیی که اسـتوار بر نقشـی است که والد بودن بر عهده شان گذاشته است. قرائت های دیگر از این دست از بطن ارزش ها یا ایده های همگانی یا مشترک سر برمی آورند.

در این فصـل، به مجموعه ای از قرائت هـا و گفتمـان هـای نظام منـدی خواهیم پرداخت که از بطن تجربه تاریخی معاصـر سـر برآورده انـد. با آغاز قرن بیست و یکم رسانه ها و دین از طرقی اهمیت یافته انـد که تاکنون سابقه نداشـته اند. قصد دارم نشان دهم که آن چه در این فصـل بررسـی خواهیم کرد نوعی موخره بر بحث هایی است که در فصل های دوم و سوم درباره نظریه رسـانه و اسـتقرار دین، نهـاد هـای دینی و اقتـدار دینی از لحـاظ اسـتقرارشان در رسـانه ها به راه انـداختیم. چنان که در آن جا دیـدیم، بخش پایانی قرن گذشـته شاهد زوال تدریجی برخی روابط همیشـگی در ساحت عمومی همبسـته با دین(۱) بود. نهاد های دینی به طور کلی کم کم اقتدار و مشـروعیت خود را از دست دادند. این تا حدی یکی از نتایج ظهور یک ساحت رسانه ای بود که می توانست هر روز تعریفی از سـرشت دین، معنویت و معنای دینی در مـدرنیته متاخر به دست دهـد. بـدین ترتیب، این که دین چه جایگاهی در رسانه ها دارد و می تواند داشـته باشد مشکل آفرین شد و قرن [بیستم] با این پرسش که در بحث های فراوان مطرح می شدند به پایان رسید. بررسی های ما، که نشان می دادند مردم

۱- religious public sphere

در زندگی خانگی و خصوصی خود، در خورد و خواب و باور های شان، دین و معنویت را از نظر دور نمی دارند، در خدمت توضیح فرآیند ها و بنیان هایی قرار می گیرند که دین و معنویت در ارتباط با فرهنگ رسانه ای، بر اساس آن ها ادراک می شوند. در آن جا هم چنین می توان دید که رواج و شیوع تجربه رسانه ای به عنوان یک پایه در این موارد نقشی خاص و مهم به عهده حوزه رسانه ای می گذارد. بنابراین، آن چه در این جا ممکن است ببینیم سرآغاز های تحلیلی است که می تواند به ما کمک کند تا جایگاه و شأن دین را در مدرنیته متاخر یک بار دیگر ــ این بار در ارتباط با رسانه ها که از چند لحاظ بنیادین با مدرنیته چفت و بست شده اند ــ در چهارچوبی بزرگ تر و کل نگرانه تر توضیح دهیم. در متن ها و پیام های رسانه ها مضامین، ارزش ها، نماد ها و مَجاز های معنی داری وجود دارند. به نظر می رسید کسانی که طرف های مصاحبه ما بودند خیلی دوست داشتند که در یک گفت وشنود یا مجموعه گفت وشنود های مفصل تر در [زمینهٔ] فرهنگ شرکت کنند. آن ها از شرکت در گفت وگو های مفصل تر احساس رضایت و اهمیت می کنند. اکنون به کندوکاو در راه هایی می پردازیم که از طریق آن، گفت و گو ها ی مفصل تر می توانند از رویداد های تاریخی سرشار شوند. دیده ها و آموخته های ما در این جا، در خصوص این که مردم از چه راهی، رسانه ها را به صورت دینی و معنوی قرائت می کنند، می توانند به ما کمک کنند تا ببینیم این رویداد ها که در ظاهر، دربارهٔ دین هستند در همان حال دربارهٔ رسانه ها و دربارهٔ تعامل بین دین و رسانه نیز هستند. در واقع، چنان که خواهیم دید، انواع کندوکاوهایی که انجام داده ایم به ما اجازه

می دهند که چنین مضامین بزرگی را به طرق جدید بررسی کنیم.

تغییر در هزاره

تغییر در هزاره

هزاره جدید، گفت وگویی جدید را هم در محل تلاقی دین و رسانه، هم درباره دین و رسانه به همراه آورده است. به نظر می رسد دین طی سال های پس از حمله های تروریستی ۱۱ سپتامبر، در سطحی کاملًا جدید دوباره وارد زندگی همگانی و گفتمان (و به تبع آن رسانه های) همگانی شده است. چنان که خواهیم دید، ۱۱ سپتامبر عمدتاً یک پدیده رسانه ای بود. این رویداد، سبب ساز سلسله ای از گرایش ها ی جهانی، فرهنگی و رسانه ای شد که هنوز به طور کامل شناخته نشده اند. ولی همین الان هم می توان دید که ۱۱ سپتامبر از طریق ایجاد تغییر در چهارچوب ها و بافت هایی که ظاهراً محدود ه های فعالیت دین و عقاید دینی در تاریخ، فرهنگ و رسانه ها بودند چشم انداز را تغییر داد. از یک لحاظ، رویداد های ۱۱ سپتامبر به بحث های جاری دربارهٔ جایگاه دین در حوزه عمومی وَقعی ننهادند. تا پیش از ۱۱ سپتامبر، شنیدن سخنان شک آلود از دهان گردانندگان اخبار دربارهٔ این که در گزارش سراسری سیاست داخلی و بین المللی، دین چگونه و در کجا به حساب آورده شود، چندان نامعمول نبود. پس از آن، موضوع فیصله یافت و تنها پرسش این شد که هنگام بررسی آن پرسش های بزرگ تر، چگونه می توان دین را به بهترین نحو توضیح داد.

واقعیتِ نه چندان بی ارتباط با ملاحظات و گفتمان های پس از ۱۱

سپتامبر این است که دین ایفای نقشی دَم به دم بزرگ تر از پیش، در سیاست داخلی ایالات متحده را آغاز کرد؛ نقشی که (به تعبیری) در انتخابات دوم نوامبر سال ۲۰۰۴ که از جهاتی به نظر می رسید به جز دین با هیچ چیز دیگری سروکار ندارد، به اوج خود رسید. پیش از انتخابات، نظر سنجی ها از شکاف دینیِ(۱) در حال ظهور حکایت می کردند که در آن کسانی که مرتباً به مراکز خدماتی ـ دینی رفت و آمد می کنند، احتمالاً با اختلاف زیاد به جمهوری خواهان رأی خواهند داد. نظرسنجی از رأی دهندگان در زمان انتخابات نشان می داد که هواداران کلیدی ای که جرج بوش را با اختلاف اندک، به ریاست جمهوری رساندند، گروهی بودند ملقّب به رأی دهندگان ارزشی؛(۲) یعنی مردمانی که برای شرکت در انتخابات، بیشتر از ارزش های دینی و فرهنگی انگیزه می گرفتند نه از پرسش های مربوط به سیاست خارجی و داخلی.(۳) هم رویداد های ۱۱ سپتامبر، هم انتخابات سراسری ایالات متحده در ۲۰۰۴ توجه ما را از حوزه خصوصی معناسازی که تا کنون بر آن متمرکز بودیم دور می کند و به حوزه عمومی بزرگ تر، که همان حوزه ملی و بین المللی باشد هدایت می کند.

۱- religion gap

۲- values voters

۳- بررسی مفصل این مطلب خارج از چهارچوب این کتاب است ولی نباید از نظر دور بداریم که چنین درکی از رابطهٔ بین دین و سیاست در دور انتخاباتی سال ۲۰۰۴ بیش از حد سطحی و محدود است. برای نمونه، آن چه را که اصطلاحاً شکاف دینی می نامند، باید شکافی دانست که بیشتر با نوع یا سبک دین مرتبط است تا خود دین. برای نمونه اونجلیست ها هم به لحاظ سیاسی محافظه کارترند هم مایل به شرکت در خدمات دینی به دفعات بیشتر. غیر انجیلی ها ممکن است دربارهٔ ایمان شان به همان اندازه راسخ باشند ولی معمولاً ـ به دفعات کمتری در خدمات دینی رسمی شرکت می کنند. بدین ترتیب، همبستگی فرضی بین دین و سیاست، که فقط از روی تعداد شرکت کنندگان سنجیده می شود، همبستگی دروغینی است.

خودبیانگری ها و روال های معنا سازی که در این جا مورد بررسی قرارداد ه ایم درباره اهمیتی که این رویداد های بزرگ تر برای دین، جامعه و فرهنگ دارند چه چیزی می توانند به ما بگویند؟ مهم تر از آن، شاید، این که آن ها درباره آینده روابط بین دین و رسانه ها و آینده تعامل هایی که دین و رسانه ها در جریان ساختن و شکل دادن به حیات دینی، اجتماعی و فرهنگی با هم برقرار می کنند چه چیزی می تواند بگوید؟

چنان که دیدیم، معناسازی در ارتباط با رسانه ها، هم مستلزم منابع رسمی و پذیرفته شده است، هم مستلزم منابعی که به تازگی پیدا شده اند و بر سر آن ها اختلاف نظر وجود دارد. چنان که خواهیم دید، رویداد ها و روند های مهمی چون ۱۱ سپتامبر و نقش دین در انتخابات به سهولت (و تقریباً بدون ایجاد مشکل) به درون موجودیِ منابعِ نمادینی جریان می یابد که ما در عصر رسانه ها معناهای دینی و معنوی را از آن ها می سازیم و آن ها، با این کار نشان می دهند که تعامل بین دین و رسانه در مدرنیته متاخر تا چه حد بدل به تعاملی شده است که روز به روز بر اهمیت و دامنه اش افزوده می شود.

دین و رسانه ها در ۱۱ سپتامبر و پیامد آن

دین و رسانه ها در ۱۱ سپتامبر و پیامد آن

این که رویداد های ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ از بابت گستره و تأثیر شان بی سابقه بودند سخنی است تکراری و کسل کننده. هیچ شهر بزرگی در هشت کشور صنعتی، موسوم به گروه هشت، چنین تلفات سنگینی از

یک عمل خشونت آمیز بین المللی در زمان صلح دریافت نکرده بود.(۱) حمله ای چنین غافلگیرانه به قلب تجارت و رسانه آمریکا، جهان و ملت [آمریکا] را تکان داد.

اکنون در سراسر جهان، دست کم در جهان غرب، استفاده از اصطلاح ۱۱ سپتامبر برای توضیح این رویداد ها و تأمل در روابط بین الملل و سیاست جهانی در دوره های پیش و پس از ۱۱ سپتامبر، کاملاً جا افتاده است. در پی آن، انبوه تفاسیر عامیانه و عالمانه صادر شده اند و به همه چیز، از پیامد های امنیتی حمله ها تا تأثیر شان بر شعور مردم، در سطح محلی، ملی و بین المللی پرداخته اند. فحوای دینی حمله ها نیز عنصری مهم، هر چند مسئله ساز، در بحث و جدل ها بوده است. وحشی گری [ملازم با] این رویداد ها، جهان را حیرت زده کرد و تلاشی بی وقفه صرف سازگار کردن آن ها با ریشه های شان شده است؛ ریشه هایی که ادعا می شود در دین استقرار یافته اند.

هیچ واکنش منفی خیلی وحشتناک عرب ستیزانه یا اسلام ستیزانه در ابعاد وسیع تحقق پیدا نکرد(۲) ولی می توان نشان داد که به طرزی ظریفانه تر، واکنش های کوچک تر علیه اسلام و علیه مردمان خاور میانه و/

۱- تا مدتی تنها پیشینهٔ بمب گذاری، در ساختمان فدرال موراه در اُکلاهما به سال ۱۹۹۵ بود. ادوارد لیننتال در سال ۲۰۰۱ در قطعه ای به یاد ماندنی دربارهٔ این رویداد نوشت: آیا یک عمل تروریستی در آینده که تلفات جانی بیشتری به جای می گذارد اُکلاهماسیتی را به موقعیتی در چشم انداز خشونت پرتاب خواهد کرد که اعتبار کمتری دارد؟ (لیننتال ۲۰۰۱ ، ص ۲۳۴)

۲- ۲۰۰۱) Ismail). هرچند هیچ تحقیق نظام مندی وجود ندارد ولی گزارش های داستان گونه و مطبوعاتی قطعاً حوادث شورش را به تفصیل شرح می دهند. ۹. ۱۹۹۷) Said)به نظر می رسد که مبارزات سیاسی بر سر مهاجرت در اروپای غربی بخشی از نیرو و تأثیر خود را از درک و دریافت های مابعد ۱۱ سپتامبری از خطرات نهفته در مهاجرت از کشور های اسلامی [به غرب] و از این تصور شایع که ۱۱ سپتامبر مظهر یک رویارویی احیاشده بین اسلام و غرب است، می گرفت.

یا مردمان مسلمان تبار تداوم دارد و شالوده بحث ها و عکس العمل های سیاسی خاصی را می سازند که هم چنان به یارگیری در ایالات متحده و جاهای دیگر ادامه می دهند.(۱) با این حال، هم سو با مضمون این کتاب، باید این حمله ها را رویداد هایی تلقی کنیم که برای تعامل بین دین و رسانه حائز معنا و اهمیت اند؛ تعاملی که آن حمله ها مظهر شان بودند و هم چنان نیز هستند. آن ها بدون رسانه ها نمی توانستند از همان تأثیر برخوردار شوند. آن حمله ها، در همان حال، دین را از راه های جدید و بی سابقه، در کانون توجه قرار دادند، راه هایی که نحوه تلقی ما از نقش دین در سیاست ورزی، گفتمان همگانی، تحول اجتماعی و مبارزه سیاسی را تا ابد شکل داده اند. هم چنین، این واقعیت نیز که دین و رسانه در این رویداد ها با هم در کنش و واکنش بوده اند حائز معنا و اهمیت است.

رسانه ها، دین و دین و رسانه ها با هم به چهار طریق در این رویداد ها و پیامد های آن ها اهمیت داشتند. نخست، رسانه ها منبع تجربه ملّی و جهانی از رویداد ها بودند. آن ها از هر لحاظ در تعامل بودند. دوم، رسانه ها، منبع شناخت ما از آن ها و شناخت آن ها از ما بودند و هستند. سوم، صادرات رسانه ای آمریکا از جمله فیلم ها، مبنایی مهم برای انتقاد های اخلاقی اسلام گرایان از فرهنگ آمریکایی و غربی هستند. سرانجام این که، ۱۱ سپتامبر نقش محوری رسانه ها در یک دین عرفی مستقر در آیین های عمومی یاد بود و عزاداری را نشان داد و تأیید کرد.

۱- (۲۰۰۱ Juergensmeyer)

اجازه بدهید این ها را یک به یک بررسی کنیم.

رسانه ها هم چون منبع تجربه

رسانه ها هم چون منبع تجربه

یکی از بی سابقه ترین چیز ها دربارهٔ حمله های ۱۱ سپتامبر، زمان و محل وقوع آن ها بود. تحلیل های سیاسی و امنیتی از برنامه ریزی پشت پردهٔ آن حمله ها نشان می دادند که بن لادن تمایل زیادی به انتخاب اهداف بر اساس ارزش سیاسی و نمادین شان و دست برنداشتن از آن ها پس از انتخاب شدن شان، داشته است. بنابراین، در یک سطح، حمله به مرکز تجارت جهانی چیزی بیش از یک تلاش مجدد، در پی بمب گذاری نه چندان موفق در آن جا به سال ۱۹۹۲ نبود.(۱) ولی در سطح دیگر، رویداد های ۱۱ سپتامبر به طور تصاعدی مهم تر و با معنا تر بودند؛ چون بسیار تماشایی بودند. منظره تماشایی آن ها معلول زمان بندی شان بود. دو هواپیما تقریباً به فاصله هشت دقیقه از یکدیگر به هدف هایشان برخوردند. در پررسانه ترین شهر جهان، صد ها دوربین، برجِ شمالی غرق در آتش را هدف گرفته بودند که دومین هواپیما با برج جنوبی برخورد کرد و مسلم شد که میلیون ها نفر در سراسر جهان، آن برخورد را به طور زنده در تلویزیون خواهند دید.(۲) آن چه شهر، کشور و جهان به عینه

۱- ۱

۲- طراحان نمی توانستند پیش بینی کنند که تکه فیلم گرفته شده از برخورد هواپیمای اول نیز پیدا خواهد شد، تکه فیلمی که توسط یک فیلم بردار فرانسوی که فیلم مستندی دربارهٔ آتش نشانان نیویورک می ساخت گرفته شده بود و هم چنین نمی توانستند پیش بینی کنند که یک دوربین امنیتی نیز سقوط در پنتاگون را ثبت خواهد کرد. ولی، در جهانی که بیش از پیش اشباع از رسانه ها می شود، کار به جایی می رسد که انتظار داریم، کم و بیش، تصاویر این گونه چیز ها بیش از پیش، یا از طریق دوربین های مراقبت یا از طریق فیلم برداران غیر حرفه ای همه جاحاضر به راحتی در دسترس قرار گیرند.

دیـد یـک منظره هولناک بود. قربانیان حمله از پنجره های بالای طبقاتِ غرق در آتش دست تکان می دادنـد و بسیاری از آن هـا، از فرط استیصال غیر قابل تصور، برای فرار از آتش به پایین پریدنـد و جان باختنـد و آن گاه، تصورناپـذیر ترین منظره: دو ساختمان ۱۱۰ طبقه _ همان نماد های پیروزی مدرنِ تمدن کلان شهری _ فرو ریختند و به صورت تلی از آوار درآمدند. همهٔ این هـا ضـبط شدنـد، به طور زنـده به نمایش درآمدنـد، تکرار شدنـد و ناظران رسانه ها در طی چنـدین ساعت و چنـدین روز گزارش، به شـرح آن ها پرداختنـد. تردیـدی نیست که تک تک خوانندگان کتابِ حاضـر این تصاویر را تا ابد در خاطره خود حک کرده اند. بی واسطگی منظره و مهم تر از آن، بصری بودنش،(۱) آن را تعریف می کردند و هم چنان تعریف می کنند. حوادث خشونت آمیز و هولنـاکِ پیش و پس [از ۱۱ سـپتامبر] نیز بصـری شده اند. جنگ، نسل کشی، فجایع طبیعی و تصادف ها به صورت بصری ثبت شده اند. دربارهٔ ۱۱ سپتامبر ما همه در رویداد ها شرکت داشتیم و می دانستیم که این چیز ها در حین تماشـای مـا دارنـد در زمـان واقعی، برای مردمـان واقعی، در جایی که _ به حکم عقل ما _ چنین چیز هایی نبایـد رخ بدهنـد، اتفاق می افتند.

باربی زلیزر،(۲) پژوهشگر حوزه رسانه ها، در مقاله اندیشمندانه خود

۱- visuality

۲- Barbie Zelizer

دربارهٔ نقش بصری کردن و نمایش در فرآیند گواهی دادن،(۱) خاطر نشان می سازد که توانایی در به تصویر کشیدن و باز نمایی رویداد ها یی چون هولوکاست، نحوه ادراک و انجام گواهی و شهادت در مدرنیته را تغییر داده است.(۲) اسناد بصری، نقشی مهم تر از همیشه در تجربه ما از انسانیتِ مشترکمان و در رابطه شخصی و سیاسی مان با رنج و مصیبت، بازی می کنند و همه جا دیده ایم که رویداد های به تصویر کشیده شده، به جایگاهی در شعور عامه دست می یابند که رویداد های صرفاً گزارش شده با ابزار های دیگر، از آن محروم می مانند. برای نمونه، سونامی ۲۶ دسامبر ۲۰۰۴ توجه جهانی را به وضع مصیبت بار صد ها هزار کشته و میلیون ها جان به در برده معطوف کرد ولی رویداد هایی که در همان زمان به وقوع پیوستند ولی به تصویر کشیده نشدند، مانند قتل عام در استان دارفوی سودان، چندان توجهی به خود جلب نکردند.

معتقدم که ۱۱ سپتامبر، افزون بر بصری بودن اش، آنی و لحظه ای نیز بود. همهٔ ما می دانستیم که رویداد هایی پیش چشم ما دارند درست در آن لحظه رخ می دهند. نمی خواهم جنبه عذاب آور ترِ این مسائل را که به عقیدهٔ بسیاری دلیل برجستگی نسبی ۱۱ سپتامبر هستند، از نظر دور بدارم. همین است که هست، در حالی که مصائب و فجایع در جهانِ در حال توسعه، به صورت اموری پیش پا افتاده ـ چیزی که برای آن مردمان نگون بخت در آن جا اتفاق می افتد ـ درآمده است، رویداد هایی چون ۱۱ سپتامبر (که تعداد کل قربانیان آن ها در واقع حدود یک صدم

۱- bearing witness

۲- (Zelizer (۲۰۰۵

تعـداد کسـانی بود که در سونامی ۲۶ دسامبر ۲۰۰۴ مردنـد) تبـدیل به خبر داغ می شونـد؛ چون برای مردمان سـفید پوست در جهان توسـعه یافته اتفاق افتاده اند.(۱) در یـک سـطح، می توان گفت که در چشم رسـانه هـای جهانی زنـدگی همه انسان ها ارزش یکسان ندارند. در سطح دیگر، باید در عین حال به خاطر داشـته باشیم که در محاسبه ژورنالیستی متداول، رویداد ها به این دلیـل، بـدل به خبر داغ می شونـد که غیر معمول یـا بی سـابقه هسـتند و یـک حمله تروریستی، در درون مرز هـای ایالاـت متحـده، غیر معمول و بی سـابقه بود. آنی بودنِ تصاویر ۱۱ سپتامبر و دریافتِ آنی آن از سوی بیننـدگان، در خدمتِ کشاندنِ بیننـدگان به درون یک تجربه مشترک، به شـیوه ای جدیـد و ناگهانی قرار گرفت. ۱۱ سـپتامبر بدل به رویداد و تجربه ا ی شد که همگان در سـطحی اخلاقی و عاطفی در آن ها سـهیم شدنـد و این را در فوران جهانی همدلی و حمایت دیدیم. از این رو، ۱۱ سپتامبر، دست کم، از ویژگی های لازم تجربه تعهد آوری برخوردار شد که از محیط حول وحوشِ بدون واسطهٔ خود فراتر می رفت. جماعت ها و بافت ها و علایق بسـیاری مـدعی آن شده اند، بگذریم از ادعاهای بی چون و چرای قربانیان و خانواده های آن ها. آیا ۱۱ سـپتامبر [منحصراً] به نیویورک تعلق دارد؟ (صد ها نفر نیز در پنتاگون و در ناحیه ای در پنسیلوانیای جنوبی مردند) یا به مأ موران آتش نشانی و

۱- (۲۰۰۶) Mitchellبه ویژه بنگریـد به فصـل مربوط به تـدوین دوبـارهٔ اخبار که در آن میشل می پرسـد: چرا وقتی حـدود ۳۰۰۰ نفر در ۱۱ سـپتامبر مردنـد اغلب برنـامه هـای خبری و روزنـامه هـا در سراسـر جهـان روز ها و گاهی هفته ها پس از آن گزارش های گسترده منتشـر کردند ولی وقتی بیش از ۳ میلیون نفر در جمهوری دموکراتیک کنگو مردنـد رسانه ها عمـدتاً از کنار آن گذشتند؟

پلیس های حاضر در صحنه؟ یا به غرب؟ یا به جهان مسیحی؟(۱)

حق تعریف معنای اخلاقی، سیاسی و دینی آن موضوعی بوده است که هم چنان تا امروز بحث های بسیار برانگیخته است و تردیدی نیست که این وضع تا دهه های آینده ادامه خواهد داشت ولی نکته مهم برای بحث ما در این جا، سرشت این رویداد و این تجربه است. حمله های ۱۱ سپتامبر نقطهٔ عطفی در تاریخ بود، نقطه عطفی که با عمق و شدّتی هر چه تمام، تجربه می شد؛ چون این حمله ها را به وساطتِ زمان واقعی می دیدیم. رابطه آن ها با دین شاید چندان آشکار نباشد ولی به محض این که تأمل درباره آن حمله ها را آغاز کنیم، دین بدل به جنبه ای از ماجرا می شود که اهمیت آن دم به دم فزونی می یابد.

شناخت ما از آن ها و شناخت آن ها از ما

شناخت ما از آن ها و شناخت آن ها از ما

بعدازظهر روز ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱، یک روز درسی طبق برنامه در یک دوره مقدماتی دربارهٔ رسانه و جامعه بود. من هم چون اغلب همکارانم تصمیم گرفتم فرصتِ بررسی رویداد های صبح را به دویست و اندی دانشجوی حاضر در کلاس بدهم و آن ها را برای پرسش و پاسخ و بحث، آزاد بگذارم. یکی از نخستین پرسش هایی که مطرح شد این بود: «چرا ما نمی دانستیم که عده ای تا این حد از ما نفرت دارند؟». دانشجویان دیگر با بُهت و حیرتی مشابه، در تأیید او گفتند که باید کور بوده باشیم

۱- البته این ها تنها ادعاهایی هستند که ریشه در دیدگاه هنجاری از این رویداد ها دارند، هم چنین ادعاهای خود القاعده و دیگرانی که رویداد ها را حمله ای موجه به ایالات متحده و غرب به طور عام می دانند، نیز هستند.

که چنین احساساتی را درباره ایالات متحده ندیدیم. آن چه این پرسش ها به تلویح بیان می کردند، این فرضیه بود که ما در یک جهان مدرن، رسانه ای شده، اشباع از نشریات، باید درباره دیگرانی که در آن دورها زندگی می کردند و طرز تلقی شان از ما، اطلاعات بیشتری می داشتیم. این فرضیه، طی روز های بعدی، تقویت شد و دلیل آن هم این احساس رو به رشد بود که مهاجرت، جهانی شدن و تحولات اجتماعی و فرهنگیِ جهانگیر، شناخت بقیهٔ جهان و تلاش در فهم آن، (و دست کم، دربارهٔ متولّیان سیاست خارجی ایالات متحده) کوشش در ارائه تصویر مطلوب تری از ایالات متحده به بقیه جهان را از اهمیتی بی سابقه برخوردار می کند. این گفتمان ها ریشه در یکی از مهم ترین کارکرد های رسانه ها در مدرنیته دارند: نقش آن ها در رفتن به فراسوی جغرافیا، کشاندن افراد، گروه ها و جماعت هایی که روزگاری بسیار از هم دور بودند به تماس نزدیک تر با یکدیگر. گزین گویه بسیار معروف مک لوهان، مبنی بر این که عصر رسانه ها یک دهکدهٔ جهانی را به همراه خواهد آورد اکنون اغراق آمیز و بیش از حد خوشبینانه تلقی می شود. رسانه ها قابلیت درنوردیدن فضا و حذف زمان را دارند و ما به موازات این که جغرافیا دیگر به عنوان یک مانع عمل نمی کند، دانسته های مان از دیگرانی که فواصل بزرگ، ما را از آن ها جدا کرده بیشتر و بیشتر می شود. آنی بودن رسانه های الکترونیکی، امکان کسب اطلاعات بسیار زیاد درباره رویداد های سراسر جهان، درست در لحظهٔ وقوعشان و داشتن درکی معاصر از رویداد ها در خارج را فراهم کرده است؛ چون

گویا تصاویر واقعی تر و قابل اعتماد تر از گزارش های شنیداری یا مکتوب هستند.(۱)

هر چند گویا مک لوهان انتظار داشت که این پیوند وساطت یافته و جماعت ها و مردمان ناهمگون را در کنار هم قرار خواهد داد ولی به نظر نمی رسد وضع کاملاً بدان گونه باشد؛ برای نمونه، شواهدی هستند حاکی از این که شناخت فزاینده از دیگران می تواند به همان سرعتی که به عدم اعتماد و سوء تفاهم منجر می شود به اعتماد و تفاهم بینجامد.(۲) یکی از دلایل اصلی آن به بافت و چهارچوبه دریافت پیام های رسانه ها مربوط می شود. تامار لی یه بس و الیهو کتز، در یک مطالعه بین المللی و میان فرهنگی، نشان دادند که نحوه قرائت بینندگان دهه هشتادیِ سوپ اپرای دالاس(۳) بیش از آن که مبتنی بر مضامین و پیام های اصلی آن باشد، متکی به موقعیت ها و وضعیت های زیستی خود آن بینندگان بود.(۴) بینندگان می توانند معناهای جدیدی از بطن آن چه از بافت ها یا موقعیت های دیگر می بینند بسازند. معناهایی که به یک اندازه، مبتنی بر وضعیت های خودِ آنان و ارزش ها یا پیام های آشکار در آن مطالب

۱- این البته مفهوم مسئله سازی است. بحث همه جانبهٔ آن را در فصل ۸ کتاب استارکن و کارترایت (۲۰۰۱) خواهید یافت.

۲- Kellner (۱۹۹۲.)به ویژه بنگرید به صص ۱۱-۱.

۳- Soap opera ، برنامهٔ رادیویی یا تلویزیونی دربارهٔ زندگی روزانه و دردسر های مداوم کاراکتر های حاضر در آن، که به طور منظم، یعنی هفته ای دو یا سه بار و گاهی هر روز، پخش می شوند. هم در آمریکا هم در بریتانیا سوپ اپراهایی هستند که مدت بیست سال یا بیشتر دوام آورده اند. دالاس یکی از این نوع سریال های آبکی بود که نخست از تلویزیون آمریکا به نمایش درآمد و سپس طی دهه های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ در اغلب نقاط جهان محبوبیت یافت. (م.)

۴- Liebes and Katz (۱۹۹۰.۴) . هم چنین بنگرید به Lull (۱۹۸۸) و Mandel (۲۰۰۲)

رسانه ای هستند.(۱)

ولی جنبهٔ خاص ترِ چالش های ۱۱ سپتامبر و پیامد آن همان روش ویژه ای است که از طریق آن شرق در غرب و غرب در شرق، باز نمایی می شود. دانشجویان من احساس می کردند که رسانه ها خواسته های شان را به خوبی برآورده نکرده اند؛ رسانه هایی که سرشت شان نشان داده است که بیش از اندازه بر جهان توسعه یافته تمرکز می کنند و دربارهٔ اخبار بین المللی ای که بیرون از چند حوزه مهم از علایق ویژه ایالات متحده، مانند اسرائیل، قرار می گیرند از قابلیت دور نگری بی بهره اند.(۲)

آن روی دیگر سکه، موضوع نحوه نمایش زندگی، علائق و ارزش های آمریکایی و غربی در جهت دیگر، نیز مهم و معنی دار است. البته، در کُنه این نگرانی ها موضوعی نزدیک به نگرانی های مک لوهان قرار دارد؛ آیا رسانه هایی که مصرف می کنیم در خدمت تفاهم جهانی قرار می گیرند یا نه؟ تردیدی نیست که از همه لحاظ ها، رویداد های ۱۱ سپتامبر، مقدمات و پیامد های آن ها، ریشه در یک شناخت پلکانی داشتند. این امر به گونه ای بنیادین، ۱۱ سپتامبر را به صورت یک موضوع رسانه ای درمی آورد، تا آن جا که درباره ریشه های آن در ایدئولوژی و ارزش ها و درباره راه های احتمالی پرهیز از آن یا اصلاح علت ها و عواقب آن، به فکر فرو می رویم. این واقعیت که بخش عمده انگیزه آن و دریافت آن متأثر

---

۱ - Tuchman (۱۹۷۸); Gans (۱۹۷۹); Said (۱۹۹۷); Said (۱۹۷۹). ۲۳ Ginsburg et al. (۲۰۰۲), pp. ۱۴-۱۶ (۱۹۷۲ Epstein ;(۱۹۸۰))

۲- ۶

از عقایـد دینی بـود آن را طبـق تعریف به یکی از موضوعـات رسـانه و دین، به چیزی که در سـطور آینـده به تفصـیل بررسـی خواهیم کرد، تبدیل می کند.

رسانه ها هم چون منبع انتقاد های اسلام گرایان

رسانه ها هم چون منبع انتقاد های اسلام گرایان

جریان موسوم به رسانه های رسـمی و رایـجِ آمریکای شـمالی و غرب، در نخستین گزارش های خود از این حمله کوشـیدند تا برای نخستین بار به شیوه ای قابل فهم، ریشه های خشم و غضب اسلام گرایان علیه فرهنگ آمریکایی و غربی را توضیح دهند. در حالی که نبایـد فراموش کنیم که از دیـد اغلب منتقـدان، این مسـئله ریشه در واقعیت های سیاسـی بنیادین سـیاست خارجی ایالات متحـده و سـلوک بین المللی آن در طول تاریـخ دارد(۱) ولی انکـار نمی توان کرد که یـک انتقـادِ فرهنگی/اخلاقی نیز انگیزه بخش حملـه کننـدگان ۱۱ سپتامبر بود؛(۲) گزارش هـای مطبوعـاتی دربـاره القاعـده و انگیزه آن، بر این انتقـاد اخلاقی تأکیـد می کردنـد. به زبـان سـاده، القاعـده و جنبش های اسـلام گرایانه، عموماً بر اختلاف خود با غرب در دوره های تاریخی اذعـان دارنـد و ارزش هـای غربی، به ویژه ارزش هـای اخلاقی غربی را یکی از انگیزه هـای اصـلی و مهم برای جهـاد خـاص خودشان می دانند. یک گزارش مطبوعاتی در زمان حمله ها، از قولِ یک طلبه پاکستانی نقل کرده بود:

۱- Ajami (۲۰۰۱)

۲- Singer (۲۰۰۱)

ما خوشحالیم از این که در مرکز تجارت جهانی، کافران (بی دینان) زیادی به هلاکت رسیدند. ما به این دلیل آن ها را هدف قرار دادیم که کافر و لامذهب بودند.(۱)

این [تفکر] در دستور العمل های داده شده به خود حمله کنندگان نیز طنین افکن بود. دستور العمل هایی که محمد عطا و دیگران به همراه داشتند، با اشاره به مسافرانی که قرار بود در هواپیما ببینند _ و در نهایت بکشندشان _ از آن ها با عنوان گوسفند قربانی(۲) یاد می کند. در این دستور العمل ها آمده است:

باید چاقوهای خود را تیز کنید و نباید گوسفند خود را در حین سر بریدن آزار دهید.(۳)

البته گفته می شد که ممکن است برخی از حمله کنندگان در مدت زندگی در ایالات متحده متحول(۴) شده باشند و محمد عطا احساس کرده باشد که باید به آن ها یاد آوری کند که مبارزه اصلی شان علیه مرتد ها و مفسدان است. یاد کردن از قربانیان حمله ها با این اصطلاح ها، امری اساسی بود و این اصطلاح ها از احساسی ریشه می گرفتند که بنابر آن مبارزه همه جانبه بین ادعاهای اخلاقی دو جهان است: ادعاهای خاصِ (و از نظر اغلب مراجع مسلمان، بدعت آمیزِ) القاعده دربارهٔ اسلام که می گفت اسلام به لحاظ اخلاقی برتر از غربِ مفسد است. این ایده های مربوط به غرب از کجا سرچشمه می گیرند؟ چنان که بسیاری

۱- (۲۰۰۱ (Singer

۲- در اصل sacrificial animals

۳- Focus Special: The Atta document in Full,: (London) Observer, ۳۰, September ۲۰۰۱, p, ۱۷.

۴- enculturated

خاطر نشان ساخته اند، رسانه ها نخستین بافتی هستند که در درون آن، آن ها می توانند چیز هایی از ما بدانند. فؤاد عجمی،(۱) پژوهشگر خاورمیانه، در تحلیلی از تأثیر برنامه های پخش شده از ماهواره ها بر جهان عرب، به تشریح آگهی تبلیغاتی ای می پردازد که از الجزیره درباره یک کالای غربی پخش می شد:

یکی از آگهی هایِ حاوی یک تقابل تکان دهنده با غرب ستیزی پرخشم و خروش، برنامه ای بود که اظهار نظر های تلفنی بینندگان را پخش می کرد. آگهی دربارهٔ عطر موسوم به Deep Red از محصولات Hugo Boss بود. یک زن غربیِ باریک و بلندِ ملبس به شورت چرمی، خرامان به طرف مرد جوانِ نیمه برهنه ای که روی یک تخت دراز کشیده بود گام برمی داشت. صدای خارج از تصویر به زبان عربی و با لحن جدی می گفت «عطر تو، راه و رسم تو، هوگو دیپ رد». من مردان جوان عرب را در حال تماشای این برنامه در شهر های مسلمان در نظر مجسم کردم. در فرهنگی که این آگهی تبلیغاتی در آن ساخته شده بود، هیچ چیزی غیر عادی نبود. اما در آن سرزمین های دیگر، این آگهی گوشه کنایه هایی را درباره آزادی های غربی ــ از آن نوع آزادی ها که جوانان محدود جهان اسلام هرگز نمی توانند داشته باشند ــ در هوا می پراکند.(۲)

چنان که همه آشنایان با اوضاع رسانه ها در بافت های غیر غربی می دانند، این فقط یک نمونه از آن نوع نابهنگامی(۳) است که آدمی به طور منظم در آن جا با آن مواجه می شود.

۱- Foad Ajami

۲- Ajami, op. cit

۳- anachronism

اقتصـاد سیاسـی محصولات رسانه ایِ متکی به هالیوود به گونه ای است که توزیع آن ها در خارج، غالباً پرسود ترین جولانگاه برای فیلم هـا یـا ویـدیوهایی است که هرگز در بـازار های داخلی به آن سود ها دست نخواهنـد یافت.(۱) اکثراً این فیلم هـا ــ افزون بر فیلم هـای سینمایی بزرگی که هم در وطن، هم در خـارج از وطن دورانی دارنـد ــ حاوی مقادیر زیادی صـحنه های جنسی و خشونت (چیز هایی که در سراسر جهان مشتریان بسیار دارند) هستند.(۲) این بدان معناست که در بخش عمده جهانِ در حال توسـعه ــ و به طور قابل ملاحظه ای در خاور میانه ــ آن چه که از غرب دیده می شود، تصویری است که کمتر کسی از مردمان در غرب آرزو دارند به عنوان نماد ارزش های غربی ناظر بر سکس یا خشونت شناخته شود.

وفور و آنی بودن رسـانه های جهانگیر بـدان معناست که ما دیگر نمی توانیم در یک گفت وگوی خصوصـی شـرکت کنیم یا مصالـح فرهنگی ملی خود را برای خودمان نگه داریم. دیگران دارنـد به انـدرونی ما نگاه می کننـد و به نتایج [یا داوری های] خاص خودشان می رسـند. این در بطن رویداد های ۱۱ سـپتامبر به طرزی برجسـته و بنیادین حضور دارد؛ زیرا انتقاد القاعده از غرب، کمتر نظری یا تئوریک و بیشتر ملموس برای پیروان و پیروان بالقوهٔ آن است. روحانیون و دیگر رهبران، از طریق ترکیب قرائت اسلام گرایانه تاریخ بر اساس مبارزه ای فراگیر بین دو

۱- Sturken and Cartwright (۲۰۰۱), p. ۳۱۹

۲- Mattalart et al. (۱۹۹۴)

جهان(۱) با انتقاد اخلاقی ای که تصاویری عینی و آشکار از غرب در اختیار پیروان و حامیان می گذارد، ایده ها و انگیزه های نیرومندی به توده های خود می دهند. درک این گرایش برای ما که در غرب هستیم نباید دشوار باشد؛ چون قرینه جنبش های ارتجاعی و بنیاد گرایانه خود ما است. با این حال، نباید گمان کنیم که این انتقاد اخلاقی، ماده ناپایداری است که پیروان در خیابان ها مصرف می کنند. مارك یورگنزمایر،(۲) نویسنده اثری روشنگر درباره تروریسم دینی، در اشاره به تصاویری از غرب که به مصرف جهان اسلام می رسند، بر آن است که بگوید:

درك این [نکته] که این مردمان [اسلام گرایان] از آن چه درباره غرب می دانند چقدر احساس شرمندگی می کنند، برای ما غربی ها دشوار است. آن ها فکر می کنند شخصاً مسئول هستند که در این مورد، کاری انجام دهند.(۳)

این، البته شبیه آن نوع انتقاد های اخلاقی است که به کرّات در ایالات متحده و در اندازهٔ کمتری در غرب، نثار فیلم، تلویزیون، کتاب ها و دیگر رسانه های غیر اخلاقی می شوند. منتقدان دارای گرایش دینی، در این جا ظاهراً انگیزه زیادی برای پرداختن به چنین چیز هایی دارند. این که مردمانی چندین گام دور از این بافت و موقعیت نیز [این تصاویر را] تماشا می کنند و به همین صورت آزرده خاطر می شوند و می خواهند

۱- نباید از نظر دور بداریم که این تفسیر مبتنی بر برخورد فرهنگ ها که غرب را رویاروی اسلام می داند (و عمدتاً منسوب برنارد لوییس تاریخ نویس است) طنین خود را در صدا های پرنفوذ غرب هم می یابد.(Hirsch(۲۰۰۴

۲- Mark Juergensmeyer

۳- (۲۰۰۱ Juergensmeyer)

دست به کاری بزنند، یکی از واقعیت های جدید و بی سابقه عصر رسانه ها است. اسلام گرایان هم چنین از نظر احساس تحت تعقیب بودن با برخی همتایان بنیاد گرای مسیحی خود سهیم اند. مقالهٔ اخیر الیزابت کاستلّی،(۱) پژوهشگر حوزه دین، درباره به اصطلاح جنبش مسیحیان تحت تعقیب(۲) نشان داده است که چگونه برخی محافل مسیحی موارد تعقیب قانونی را با ستم فرضی بر مسیحیان در غرب مسیحی یکی می گیرند.(۳) از نظر اسلام گرایان و مسیحیان بنیاد گرا به یکسان، ادعاهای دال بر ستم و تعقیب می توانند در ایجاد نیت مشترک و همبستگی مؤثر باشند. در هر دو مورد، رسانه ها می توانند زمینه های مؤثری برای تحقق موقعیت ستم باشند. فؤاد عجمی از یک واعظ اسلام گرا به نام شیخ محمد ابراهیم حسن نقل قول می کند و ارتباط بین این احساس ستم و ۱۱ سپتامبر را در بیانی تند چنین شرح می دهد:

ستم منجر به انفجار می شود. تحت لوای نظم نوین جهانی، مسلمانان در چچن و عراق قربانی رفتار های خشونت آمیز شده اند ... امروزه، هر مسلمانی که در روی زمین به خدا و پیامبر او ایمان دارد، احساس می کند که مورد ظلم و ستم قرار گرفته است. هر مؤمنی که احساس کند به او ستم روا می دارند و گمان کند که هیچ کس به سخنان او گوش نمی دهد و قدرت، تنها جانب توانگران را می گیرد، می تواند به انجام اعمال خشونت آمیز برانگیخته شود. ما چیز هایی ــ اعمال هولناکی ــ در بوسنی دیدیم که جوان را پیر می کنند... قدرت های بزرگ، ائتلاف ها و سازمان های بین المللی در آن زمان

۱- Elizabeth Castelli

۲- Persecuted Christians Movement

۳- (۲۰۰۴ (Castelli

کجـا بودنـد؟ حالا، با توجه به آن چه در فلسـطین می گـذرد، کجا هسـتند؟ [مگر نه این که] کانال های ماهواره ای، اطلاعات مربوط به این جور و ستم را در همه جا پخش کرده اند؟(۱)

آن چه دربـارهٔ این وضـعیت بیشترین اهمیت را دارد، البته، سـیاست و توازن قوا، یعنی همـان چیز های قـدیمی و جهان شـمول، نیست. شـنیدن چنین انتقـادی از اعمـال و خط مشـی های ایالات متحـده و غرب، از دهان یک چهره دینی در جهان اسـلام نیز تعجب آور نیست.

آن چه درست در زیر سطح قرار دارد این واقعیت است که عصر رسانه ها چنان اهمیتی به این نماد ها و به این موضوعات داده است که آن ها مسـتقیماً، به اصـلی ترین مسـئله زنـدگی افراد و جنبش ها بدل شده اند. به قول شـیخ، رسانه ها باعث شدند که این تصاویر، نماد ها و مبارزات در همه جا قابل دسترس شوند. دو ظرفیتِ این وضـعیت ـ شـناخت اِعمال قدرت واقعی توسـط غرب در بـافت های سیاسـیِ واقع در حوزه نفوذ مسـلمانان و انتشار تصاویر غرب از طریق رسانه های سـرگرم کننـده که باعث شرمنـدگی محافظه کاران در آن جا می شوند ـ در سـیاهه جزییاتی که القاعده در ۱۱ سـپتامبر به همراه داشت، با هم کار می کنند.

دین عرفیِ جدیدِ ناظر بر مراسم یادبود و عزاداری

دین عرفیِ جدیدِ ناظر بر مراسم یادبود و عزاداری

هیچ یک از کسانی که گزارش رویداد های ۱۱ سپتامبر را در تلویزیون دیدند، نمی توانستند احساس نکنند که این چیزی بیش از یک داستان

۱- Ajami (۲۰۰۱)

خبری صرف است. مسلماً چنین بود و یکی از مهم ترین و تکان دهنده ترین گزارش هایی بود که تا آن زمان به منصه ظهور رسیده بود. درست مانند برهه های پیشین در تاریخ تلویزیون، قرار گرفتن در مکان درست و زمان درست، باعث رونق کار برخی از گزارشگران و گویندگان سابقاً کمتر شناخته شده، گردیدو ولی، چیزی که بی درنگ ظاهر شد عبارت بود از نوعی ضرباهنگ برای بازنمایی ها، روایت ها، گزارش ها و مراسم یاد بود.(۱) طولی نکشید که بازپخش تقریباً بی وقفه تصاویر برای برخی، به ویژه کودکان، مسئله ساز شد.(۲) ولی به تعبیری، این گونه گزارش و قواعد گزارشی که با ۱۱ سپتامبر به ظهور رسید، بخشی از یک چشم انداز رسانه ای بزرگ تر بود. آن چشم انداز عبارت است از سنّتی دیرپا از تجارب همگانی رسانه ای شده که سابقه آن دست کم به قتل کندی در ۱۹۶۳ می رسد. آن رویداد، نقطه عطفی مهم در تاریخ رسانه ها و روزنامه نگاری آمریکا بود. رویداد های شهر دالاس، آن گاه به وقوع پیوستند که تلویزیون داشت جایگاه خود را در مقام یک رسانه خبری پیدا می کرد، فرصت بی سابقه ای برای این رسانه فراهم آوردند تا قدرت بصری، واقعی و آنی خود را به ظهور برساند. در آن جا نیز، همانند ۱۱ سپتامبر، دلایل فنی و تدارکاتی برای این [فرصت] وجود داشتند. از

۱- توضیح این شکل از پخش برنامه را در دیان و کتز (۱۹۹۲)، صص ۷-۴ می یابند.

۲- لیننتال (۲۰۰۱) به تحقیقی اشاره می کند که روان پزشکان اُکلاهما انجام دادند و دریافتند که این تصاویر، کودکان را افسرده کرده است و کودکان پیش دبستانی «فکر می کردند که هر وقت ویرانی های ساختمان موراه را می بینند یک ساختمان جدید ویران شده است» (ص ۷۵). گزارش های داستان گونه در زمان ۱۱ سپتامبر تأثیرات مشابهی را بر کودکان القا می کردند. یکی از همکاران من نقل می کرد که متوجه شده بود پسر کوچک اش به این نتیجه رسیده است که هر وقت فیلم ۱۱ سپتامبر را می بیند، ساختمان دیگری مورد حمله قرار گرفته است.

جمله حضور انبوه رسانه ها برای گزارش کردن آن چه به لحاظ سیاسی، رویدادی مهم و معنی دار بود، قابلیت تازه به تکامل رسیده برای ارسال و دریافت تصاویر تلویزیونی در سطح کشور، کشف متعاقب فیلم غیر حرفه ای واقعی که خود تیر اندازی را ثبت کرده بود، ثبت لحظه به لحظه شلیک به خود قاتل، و رابطهٔ دوستانه دولت کندی با رسانه ها. هم چنین همانند ۱۱ سپتامبر، نقش اصلی را واقعیت همه جانبه رویداد بازی کرد. یک رییس جمهور جوان، محبوب، فرهمند و مشهورشده به مدد تلویزیون، به طور کاملاً غیر منتظره و در روز روشن کشته شد. قتل در یک روز جمعه اتفاق افتاد. بدین ترتیب مردم آمریکا (و در واقع، جهان) می توانستند همه اوقات تعطیلات آخر هفته را صرف تماشای رویداد ها و تلاش برای کنار آمدن با آن ها بکنند و همراه با پیشروی رویداد ها، شور و هیجانی مداوم حکمفرما شد: جست و جو برای یافتن قاتل، دستگیری و سپس قتل او، معرفی شتاب آلودِ رییس جمهور جدید، بازگرداندن جسد به واشینگتن در همان شب، همراه با تصاویر زنده از باند فرودگاه در حالی که تابوت و بیوه جوان که هنوز لباس غرقه در خون را به تن داشت، وارد نعش کش می شدند، بیانیه رییس جمهور جانسِن در تلاش برای اطمینان خاطر دادن به مردم دربارهٔ یک دوران گذار باثبات و مدتی بعد، قرار دادن جسد برای ادای احترام، تشییع جنازه رسمی و خاکسپاری. کمتر کسی از آنانی که در آن زمان زنده بود، می تواند این تصاویر و این عواطف را فراموش کند. و همه این ها از طریق تلویزیون پخش شدند، امری که از نظر ملاحظاتی که در این جا داریم مهم و معنی دار است. گزارشگران و گویندگان تلویزیون تلاش

می کردنـد جای پای خود را در این واقعیت جدیـد بیابنـد. گویندگانی چون والتر کرونکایت(۱) به راهنمایی بینندگان سراسر جهـان برای دیـدن رویـداد هـا کمـک کردنـد و اظهار تأسف ها، سـخنان تسـلی بخش، مطالب امیـد بخش و تسـلیت ها را در گزارش خود گنجاندنـد. این گزارش طرز تلقی ما از اخبار تلویزیونی را برای همیشه تغییر داد و آرزویی را در ذهن یک نسـل از دست انـدرکاران اخبـار تلویزیونی (و نسل های بعـدی) حک کرد، آرزوی این که در زمان خاص و با رویـداد های خاص، نقش آن هـا عبـارت باشـد از آمـادگی و عمـل کردن در زمـان واقعی و بـا عواطف واقعی. واقعـاً مواقعی هست که بی تفاوتیِ عاطفی دشوار می شود، به ویژه وقتی که روزنامه نگاران همان رویـداد ها را در همان زمان هایی تجربه می کننـد که مخاطبان شـان. سال های پس از ۱۹۶۳ شاهـد بحث های بسـیار در محافل حرفه ای دربارهٔ روزنامه نگاری شخصـیت محور(۲) و دربارهٔ تمایـل روزنـامه نگاران تلویزیونی به درگیر شـدن با گزارش های شان بود. پس پشت این بحث ها یک خاطره فرهنگی از قتل جان اف. کندی خوابیده است.

چکیـده سـخن من این است که این رویـداد نطفه هـای شـکل جدیـدی از آیین های همگانی مرتبط با فرآینـد های ملی و بین المللی جمعی ناظر بر مراسم یادبود و عزاداری را با خود آورد. در سال های پس از ۱۹۶۳ ،

---

۱ - ۳.Walter Cronkite والتر کرونکایت (متولـد ۱۹۱۶) روزنامه نگار بازنشسـتهٔ آمریکایی که عمـدهٔ شـهرتش را مدیون گوینـدگی خبر در اخبار شامگاهی شـبکهٔ CBSبود. او در نظرسـنجی هـای انجام گرفته از بیننـدگان، به علت کارآزمودگی و ژست های حرفه ای اش، اغلب به عنوان معتمدترین مرد آمریکا شهرت یافت. وی در اواسط سال ۲۰۰۹ درگذشت (م.)

۲- Personality journalism

سلسله ای از این گونه رویداد ها به وقوع پیوسته است. از جملهٔ این ها سال پرآشوب ۱۹۶۸ است که شاهد قتل مارتین لوترکینگ و رابرت اف. کندی [برادر جان اف. کندی]، هم چنین میثاق دموکراتیکِ شیکاگو(۱) بود. البته تلویزیون نقش مهمی در تجربه گروهی از جنگ ویتنام و پیامد آن بازی کرد و برخی از همین مسائل و گرایش ها را در گزارش واترگیت نیز می توان دید ولی، ترحیم درگذشتگان همان مؤلفه مهم آیین های مورد نظر من است که قتل جان اف. کندی را به رویداد های بعدی ای چون انفجار [سفینه] چلنجر، تیر اندازی در دبیرستان کلمباین، بمب گذاری در ساختمان فدرال موراه و البته ۱۱ سپتامبر پیوند می زند.

دیان و کتز، پژوهشگران فرهنگ، نقش تلویزیون را در ظهور شکل های جهان گیری از آن چه خود رویداد های رسانه ای می نامند، توضیح داده اند. این رویداد های جمعی، واقعی هستند. به این معنی که ریشه در فرآیند های سیاسی، دینی یا مدنیِ بالفعل دارند، ولی آن ها مهم و بی همتا نیز هستند؛ چون از تلویزیون پخش می شوند و برنامه های عادی تلویزیون را قطع می کنند. دیان و کتز می گویند که تلویزیون بافت ها، فرآیند ها و قرار داد های جدیدی را به این شکل ها عرضه کرده اند و در آن ها رده بندی زیرین جدیدی، متشکل از رقابت ها، چیرگی ها و پیروزی را می بینند. آن ها می گویند بدون تلویزیون نمی توانستند به این صورت ساختار یابند و تلویزیون بود که آن ها را، از نظر گستره و ویژگی، ملی و حتی جهانی کرد. دین ممکن است در رویداد هایی که دیان و کتز

۱- Chicago Democratic Convention

شرح می دهند نقشی ایفا کند ولی حضور یا غیاب آن از مشخصه های اصلی تحلیل آن ها نیست.(۱)

من می خواهم قضایا را به سمت و سویی متفاوت از آن چه دیان و کتز [گفته اند] بکشانم و هرچه زود تر به بررسی این مسئله بپردازم که چگونه می توان ۱۱ سپتامبر را نمودی از نوعی دین عرفیِ مبتنی بر مراسم یادبود و عزاداری تلقی کرد. این از دو لحاظِ مهم با دیدگاه دیان و کتز تفاوت دارد. نخست این که، من در رویداد هایی چون تشییع جنازه کندی، انفجار چلنجر، اُکلاهماسیتی و ۱۱ سپتامبر، جنبه عزاداری، مبارزه با هراس و خسران مشترک را می بینم. پرسش های انتقاد آمیزی درباره مشروعیت دولت، نه صرفاً درباره شأن و منزلت رهبری چون کندی، مطرح اند و کل پرسش مربوط به نقش چنین رویدادی در حمایت از نظم اجتماعی نیز وارد است. دوم، هرچند دیان و کاتز معمولاً از کنار دین مداری پنهان در این گونه رویداد ها می گذرند (در حالی که نقشی را که آن قالب دینی آشکار در آن ها بازی می کند، به طرزی کاملاً متقاعد کننده توضیح می دهند)، ولی می خواهم به طرزی مستقیم تر به راهی بپردازم که از طریق آن احساسات، حساسیت ها و معناهای دینی در آن ها تأثیر می گذارند.(۲)

---

۱ - ۱۹۹۲) Katz and Dayan). توضیح رده بندی آن ها را در صص ۳۹-۲۵ خواهید یافت. من مدیون انتقاد دقیق و اندیشمند انۀ نیک کولدری از کار دیان و کتز هستم. من، به طور کلی، با تحلیل او موافقم و تا آن جا که آن چه باید دربارۀ آیین های یادبود و عزاداری بگویم باید در شرایط کلی شده ای دیده شود که او مطرح کرده است. من مشکلی در این که نام آن ها را، با عاریت گرفتن از کولدری (۲۰۰۳)، بگذارم «روایت های رویداد محوری که در آن ها ادعاهای مربوط به مجموعۀ اصلی نگرانی ها به طرز خاصی شدید هستند» ندارم. (ص ۶۷). هم چنین در این جا به هم خوانی بین تحلیل موقتی کولدری و تحلیل خویش اذعان می کنم.

۲- این تفاوت البته ممکن است ریشه در الگو های تحقیقاتی متفاوت داشته باشد. تحلیل دیان و کتز تاریخی و صوری است، در حالی که من در این جا به عنوان یک مخاطب پژوه سخن می گویم.

دیـان و کتز معمولاً ـ نقش دین در این گونه رویـدادها را یـا به عنوان یـک اقتـدار مشـروعیت بخش تلقی می کننـد یا به عنوان منبعی از عناصـر شـکلی که در ساختار دادن به رویـداد ها دخالت داده شـده اند. از این رو شـیوه ما در این جا از تحلیل آن ها فاصـله می گیرد و به جـای آن از انـدیشه هـای بانفوذ رابرت بلّا دربارهٔ نقش دین عرفی پیروی می کنـد. به باور بلّا، دین عرفی دینی است که هر چنـد در بـافت هـای سـکولار به حیـات خود ادامه می دهـد ولی در پی آن است که آن بافت ها را با معنای عمیق تر و پر محتوا تر بیان کند. او می گوید:

دین عرفی آمریکایی، پرستش ملت آمریکا نیست، بلکه فهم تجربه آمریکایی در پرتو واقعیت غایی و جهان شمول است.(۱)

مقالهٔ بلّا، خطوط کلی راه هایی را توضیح می داد که از طریق آن ها بافت های رسمی و غیر رسمی آیین گروهی از روزگاران کهن از چنین مضامین و ارزش هایی آکنده شده اند.(۲) غالباً این ها چیز هایی تلقی می شوند که کم و بیش خاصیت خود را از دست داده اند. عبادت های ظاهراً طوطی وار، دعاها و استغاثه ها در رویداد های سیاسی و ورزشی از آن جمله اند. بحث پر سر و صـدایی در فرهنگ عامه در گرفته است بر سـر این که آیا مصالـح متعلق به فرهنگ عامّه می توانند در خدمت این گونه تقوای عرفی(۳) قرار بگیرند؟ و اگر پاسخ مثبت است، چه نوع

۱- Bellah (۱۹۷۴), p. ۴۰

۲- بدین ترتیب، رویکرد من نیز به طرز چشـمگیری از رویکرد بلّا متفاوت است؛ چون از نظر او فرهنگ عامه نقشی بازی نمی کند و او، هم چون دیان و کتز، روی عناصر رسمی رویداد ها و رویه ها تمرکز می کند.

۳- Civic piety

مصالحی؟ و آیا دم دستی شدن آن می تواند مشروعیت اش را زایل کند؟ [و] یا کاربرد بیش از حد آن می تواند منجر به تضعیف آن شود؟(۱) من می خواهم تأکید کنم که، در رویداد هایی چون ۱۱ سپتامبر، رسانه ها نقش محوری در آن دسته از عرف های دین مدنی بازی می کنند که از نظر لحظه های بحرانی در خود شناسی اصیل و موثق اند. این برهان البته بر تصوری استوار است که بر اساس آن، رسانه ها می توانند در فراهم آوردن زمینه برای پدید آوردن راه های تازه ساختن این گونه معناها نقش مهمی به عهده بگیرند. کسان بسیاری، چنین نقش اندام واری را برای رسانه ها و برای آیین های رسانه ای پیشنهاد کرده اند. یک برهان صوری برای این تأثیر گذاری البته متکی بر تصوری است که بر اساس آن آیینی کردن به نحو معنی دار می تواند در آن سوی بافت های صرفاً دینی و آن سوتر، در بافت های رسانه ای اتفاق بیفتد. کاترین بل،(۲) پژوهشگر حوزهٔ آیین ها، نشان داده است که رویه های در حال تکوین آیین و فهم های در حال تکوین از آن عملاً برخی از مرز های اصلی تحریم دینی را شکسته و منجر به سبک های جدید آیینی کردن شده اند.(۳) رونالد گرایمس به بررسی نسبتاً مفصل تصوری پرداخته که بر اساس آن، رسانه ها می توانند نقش اصلی را در این گونه آیینی کردن بر عهده بگیرند. او پس از این که نشان می دهد آیینی کردن، ممکن است

۱- برای نمونه نک به: Forbes and Mahan (۲۰۰۰), particularly pp. ۱-۲۰, Chidester (۲۰۰۰)هم چنین نک به: Chidester and Linenthal (۱۹۹۵)

۲- Catherin Bell

۳- Bell (۱۹۹۸), p. ۲۲۰

اساساً دینی باشد یا نباشد، گوشزد می کند که در رسانه ها هیچ چیزی که لزوماً از نظر آیینی مهم و معنی دار باشد وجود ندارد. به باور گرایمس که با اندیشه های گیرتز دربارهٔ دین سازگار است، این امر بستگی به لحظه ها، معناها و عرف های خاص دارد.(۱)

روایت ها و احساسات سیاسی و ملّی مؤثر، مانند آن هایی که ممکن است نتیجهٔ رویدادی چون ۱۱ سپتامبر باشند، همیشه روایت ها و احساسات پایدار، محکم و منسجم تلقی شده اند. راه های جدیدترِ تفکر دربارهٔ فرهنگ، به چون و چرا کشیدنِ این گونه فرضیه ها را آغاز کرده اند. اکنون ما اندیشه های فرهنگی بنیادین را اندیشه هایی در حال تکوین و کاملاً ریشه دوانده در تجربه امروزین تلقی می کنیم. جان گیلیسِ(۲) تاریخ نویس، در تأملاتش بر این که مراسم یادبود از چه راهی خاطرات مهم و معنی داری از ملّت و ارزش های آن را در ذهن زنده می کند، اظهار می کند:

ما مدام در خاطرات خود تجدید نظر می کنیم تا با هویت های فعلی مان سازگار شوند. خاطرات به ما کمک می کنند تا جهانی را که محل زندگی ماست بفهمیم؛ و «پردازش خاطره»،(۳) مثل انواع دیگر تلاش های جسمانی یا ذهنی، ریشه در مناسبات طبقاتی، جنسیتی و قدرت دارد، مناسباتی که تعیین می کنند چه چیز هایی توسط چه کسانی و به چه قصدی به خاطر سپرده (یا فراموش) می شوند.(۴)

۱- Grimes (۲۰۰۱)

۲- John Gillis

۳- memory work

۴- Gillis (۱۹۹۴), p.۳

جالب است اشاره کنم که در سال های نسبتاً اخیر تنها در فرهنگ آمریکا بوده است که دست کم، ایده های مربوط به انواع معناها ــ معناهایی که ریشه در دریافت های مبتنی بر اجماع از موطن ما ن دارد ــ دغدغهٔ عرصه گسترده گفتمان گروهی را داشته است. رسم بر آن بود که تنها نخبگان فرهنگی [به گفتمان گروهی] اهمیت بدهند. گیلیس خاطر نشان می سازد که افزون بر این قسم بی علاقگی دموکراتیک به گذشته، طرح و برنامه آمریکایی در اصل، طرح و برنامه ای تلقی می شد که کاملاً مربوط به آینده بود و چهره هایی چون جفر سِن(۱) به ویژه فکر ساختن روایتی از یک گذشته ملی را به مخیله خود راه نمی دادند.(۲)

با این حال ما مفاهیم پذیرفته شده ای را از نخستین روز های جمهوری در اختیار داریم؛ اندیشه هایی که می توان گفت هنوز در نحوه یاد آوری، تفسیر و درک رویداد های مصیبت باری چون ۱۱ سپتامبر مؤثرند (هر چند لزوماً تعیین کننده نیستند). کنت فوت،(۳) متخصص جغرافیای فرهنگی،(۴) در بررسی مبسوطی که از پایگاه های فیزیکی خشونت و مصیبت آمریکایی به عمل آورده، به بیان اولیه ای از اندیشه های آمریکایی دربارهٔ دین عرفی در نقل قولی از جوزف گالووی(۵) که در سال ۱۷۸۰ منتشر شده، اشاره می کند.

قوانین اساسی و عامّ هر جامعه، دروس راهنمایی هستند که به

۱- Thomas Jefferson ، سومین رییس جمهور آمریکا از سال ۱۸۰۱ تا ۱۸۰۹. (م.)

۲- Gillis (۱۹۹۴), pp.۷

۳- Kenneth Foote

۴- cultural geographer

۵- Josepfh Gallowy

وسیله آن ها وظیفه و اطاعت از دولت، به طور روزانه به شهروند یاد داده می شود. هم شکلی این دروس است که به تبعیت از یک نظام واحد مبتنی بر حکومت منسجم، عادت ها، منش ها و عقاید سیاسی یکسانی را در سراسر جامعه شکل می دهد، دلبستگی ملی را برقرار می کند و مردم را هدایت می کند تا به خاطر امنیت و سعادت خود به یک نظام حکومتی احترام بگذارند و برای حفظ و دفاع از آن در همه مناسبت ها به طور متحد عمل کنند.(۱)

ایده بنیادینی که بنابر آن، علایق و منافع جمعی را شالوده یک احساس وظیفه و تعهد در قبال نظم عمومی می سازند، در آموزش اجتماعی آمریکا ایده ای تقریباً عام است. بنابراین، یکی از راه های اندیشیدن درباره دین عرفی از ایده هایی شبیه این ها می گذرد، که در آن ها، دین، فرقه گرایانه نیست، بلکه شالوده یک احساس وظیفه در قبال دولتی را می سازد که رابطه آن با احساسات، وظایف و تعهدات همگانی، مشروعیت آن را هم مورد تأکید قرار می دهد، هم توجیه می کند. نظام وقتی راحت و بی دردسر کار کند به طریقی خودش، خودش را توجیه می کند. به همین دلیل است که وقتی به نظر می رسد فجایعی گریبان گیر کشور و مردمان آن شده است، نظام این قدر از بیخ و بن، بی ثبات می شود (و می تواند اندیشه های مربوط به دین عرفی ــ و دفاع از طریق دین عرفی ــ را به اذهان خطور دهد.) [و در نتیجه] هم تأمین امنیتی که وعده اش را می داد و هم مشروعیت آن، در معرض حمله قرار می گیرند.

۱- Foote (۱۹۹۷), p. ۲۶۷

به نظر می رسد که در مدرنیته متاخر مضمون مشروعیت با پرسش های مربوط به وحدت، پرسش های مربوط به اهداف عمومی و مشترک، یکی شده اند. در دوره ای که به یاری [مفاهیمی چون] خود(۱) و این همانی با خود(۲) تعریف می شود، روابط ما با خودهای دیگر و احساس هم دردی در قبال آن ها، به صورت موضوع و دغدغه ای مهم درمی آیند. این وحدت نیز در رویداد هایی چون قتل جان اف. کندی و ۱۱ سپتامبر تحت فشار قرار می گیرد. [در چنین دوره ای] بازیافتن یک احساسِ اشتراک و وحدت، از دلِ احساسِ آشوب و فقدان، ضرورت پیدا می کند. چنان که فوت خاطر نشان می سازد، رویه های اجتماعی ای که با این گونه دغدغه ها سروکار دارند از قابلیت انعطاف برخوردارند. او با اشاره به برداشت اریک هابساوم(۳) از سنتِ ابداع شده،(۴) کارِ وید کلارک روف را که به همین ایده متوسل شده بود تکرار می کند و بدین ترتیب پیوندی میان ایده های مربوط به رویه های دینی برساخته شده، توسط این گونه ابداعات برقرار می کند.(۵) چنان که گفتم، در رویداد هایی چون آن هایی که فوت توضیح داده، [یعنی] بمب گذاری ساختمان موراه و البته حمله های ۱۱ سپتامبر، پروژه فراگیر اشتراک یا هدف مشترک در معرض هجوم قرار می گیرد.

ادوارد لیننتال قرائتی روشن از رویداد های اُکلاهماسیتی به دست

۱- self

۲- self-identity

۳- Erick Hobsbawm

۴- invented tradition

۵- Foote (۱۹۹۷), p. ۲۶۷. no.۱۰

داده است و مستقیماً به این پرسش می پردازد: رویداد هایی که به جای پیروزی آمریکا بر مظلومیت آمریکا متمرکزند، چه ویژگیِ برجسته ای می توانند داشته باشند؟ با این حال، به قول لیننتال، این گونه تلاش ها در وضعیتی که چشم انداز آسیب زا(۱) پیوند محکم تری با تجربهٔ بالفعل یافته است، صادقانه به نظر نمی رسیدند.(۲) لیننتال نشان می دهد که به جای یک روایت یا سنت ملهم از ایثار وطن پرستانه، روایتی ملهم از مظلومیت عملاً نقش بهتری در وحدت بخشیدن به جماعات ــ و ملت ــ ایفا می کند.

شاید یکی از بزرگ ترین جذابیت های جماعت داغدیده گسترده در سراسر کشور، آن باشد که این یکی از معدود راه هایی است که از طریق آن ها آمریکاییان می توانند، خود را یک ملت واحد تصور کنند؛ یکی شدن با میلیون ها انسانِ دیگر از خلال ابراز عزاداری، راه های تفرقه افکنی بین مردم ــ از طریق دین، ایدئولوژی، طبقه، منطقه، نژاد، جنسیت ــ را دور می زند یا پشت سر می گذارد.(۳)

نحوه انجام مراسم یادبود نیز در طول زمان تغییراتی به خود دیده است، تغییراتی که برای پرسش های مربوط به ادغام رسانه ها در این فرآیند ها مهم و معنی دار هستند. بزرگداشت کهنه سربازان ویتنام در واشینگتن، مجموعه جدیدی از رویه های مراسم یادبود را با خود به همراه آورد. نخست آن که، صرفاً به بزرگ داشت همه آن هایی که کشته شده بودند می پرداخت و دوم آن که (شاید همراه با آن میزان

۱- traumatic vision

۲- Linenthal (۲۰۰۱), p.۲۳۴-۵

۳- Linenthal (۲۰۰۱), p.۱۱۱

شخصی سازی(۱)) بانی این رویه دیدار کنندگانی بودند که اشیای یاد بود بر دیوار ها بر جای می گذاشتند. کریستین هاس در توضیح معنای دیوار، خاطر نشان کرده است که این اشیاء منعکس کننده آمیزه به هم جوش خورده ای از سنت های سکولار و عرفیِ ناظر بر برگزاری مراسم یاد بودِ درگذشتگان هستند. می گوید:

افراد بسیار زیادی که چیز هایی را به دیوار نصب می کنند در تلاش اند تا با خسران خاص و با وطن پرستی زخم خورده خود کنار بیایند.(۲)

چنان که، تحلیل هاس نشان می دهد، اشیاء قابلیت حمل معناها و تداعی های پیچیده را دارند و با قابلیت انعطافِ معناسازی که پیش از این ملاحظه کردیم مرتبط اند. میلس ریچاردسِن(۳) می گوید که دلیل این پدیده، آن است که اشیاء از دوامی برخوردارند که کلمات فاقد آ ن هستند. او اظهار می دارد که:

در همه موارد، اشیای به جای گذاشته شده، بسیار تأثیر گذارتر از کلماتی هستند که اهداء کنندگان آن اشیاء ممکن است بر زبان آورده باشند... [آن اشیا ء] مدت ها پس از آن که ما رفته ایم، هم چنان حرف می زنند.(۴)

بدین ترتیب رویداد های ۱۱ سپتامبر در برهۀ تاریخی ای به وقوع پیوستند که توسط پدیده های زیر مشخص می شد:

۱- personalization

۲- Hass (۱۹۹۸), p.۹۵-۶

۳- Miles Richardson

۴- Richardson (۲۰۰۱), p. ۲۶۶

۱) رسانه ای شدن پیشین مراسم یادبود و عزاداری؛

۲) تجربهٔ پیشین با رویداد مشابهی از مظلومیت و خسران؛

۳) مجموعه در حال تکوینِ رویه هایی که لیننتال واژگان یادبود(۱) می نامد، از جمله ارسال یا برجا گذاشتن اشیایی مشتمل بر کارت ها، اشعار، گل ها و عروسک های پارچه ای، به ویژه عروسک های خرسی.

لیننتال در ادامه به پدیده جالبی که هم در اُکلاهماسیتی و هم در کلمباین تجربه شد اشاره می کند؛ یعنی تمایل بعضی از افراد به پیدا کردن یک صمیمیت فرضی(۲) با قربانیان و خانواده های آن ها.(۳) ناگزیر این احساس صمیمیت به طریقی با تجربه رسانه ای شدهٔ رویداد ها مرتبط است. لیننتال و فوت هم چنین به ظهور نوعی دموکراتیزه شدنِ این گونه رویداد ها اشاره می کنند؛ چون افراد توانایی آن را می یابند تا دربارهٔ این که چگونه می توانند به بهترین شکل مشارکت کنند و نزدیکی رسانه ای شدهٔ رویداد چگونه آن ها را به انجام مشارکت برانگیخته، عقیده خودشان را داشته باشند.

در مدرنیته متاخر، چنین رویه دموکراتیکی، لزوماً مستلزم استقلال فردی و ابتکار عمل شخصی است. گیلیس این را به طرزی کاملاً خود آگاهانه به عصر رسانه ها مرتبط می کند.

ما به احتمال زیاد خاطره پردازی خود را در مکان ها و زمان هایی

۱- memorial vocabulary

۲- presumed intimacy ۷۹. Linenthal (۲۰۰۱), p.۷۴

۳- ۳۸

انجام می دهیم که خود انتخاب کرده ایم. هر چند روزگاری برای هر چیزی زمانی و مکانی بود ولی به نظر می رسد که تمایز بین انواع زمان ها و مکان ها دارد از بین می رود. در حالی که بازار های جهانی، شبانه روز کار می کنند و سرعت ارتباطات احساس فاصله را در ما تضعیف می کند، هم خاطره بیشتری هست که باید پردازش شود هم زمان و مکان کمتر برای فراموش کردن آن. در حالی که جهان در درون ما فرو می ریزد، ما در مقام افراد، فشاری بیش از پیش برای ثبت کردن، حفظ کردن و جمع کردن احساس می کنیم.(۱)

این [قطعه] به دغدغه هایی از نوع آن چه در فصل دوم به کنت گرگن نسبت دادیم، می پردازد. گرگن معتقد است که در مدرنیته، نفس اشباع شده است و دورنمای محدودی برای اقدام سازنده یا رهایی بخش دارد. گرگن رویه هایی را در نظر دارد که در این جا مورد نظر ما هستند، رویه هایی که در آن ها مردم برای مشارکت در تجربه جمعی، به عنوان منبعی برای خوشبینی در باب مدرنیته، دست به اقدام ملموس می زنند.

منشاء قابلیت در جان بخشیدن به واژه ها و از این طریق دگرگون کردن فرهنگ، خوشبختانه نه امکانات درونی بلکه رابطه یافتگی است، که به عنوان منبع همه بیان ها عمل می کند و در همان حال از دسترس آن دور می ماند. بدین ترتیب، ما با امکان نظم نوینی برای امر والای ـ سازگار شده با تکنوجهانِ پست مدرن ـ رابطی مواجه می شویم.(۲)

رویداد های تألم و مظلومیت جمعی، چنان که دیدیم، لحظه های پر

۱- Gillis (۱۹۹۴), p.۱۴

۲- Gergen (۱۹۹۶), p. ۱۶۶

احساسِ رابطه یافتگی هستند و کل مسئله عبارت است از همبستگی و همسانی. این یکی از جنبه های دین عرفی جدید است که آن را از مفاهیم متداول جدا می کند. گرچه، در سطحی که ربط بیشتری با رسانه ها دارد، این واقعیت ساده را داریم که تجربه، در وهله اول، تجربه ای است که از طریق رسانه ها حاصل می شود. ۱۱ سپتامبر آنی، واقعی و بصری بود. در رشته دراز و دیرینه این گونه رویداد ها، اولیای متشکل از چهره های رسانه ای، از جمله گزارشگران و گویندگان، نقش های مهمی در این تجربه به عهده گرفتند و اندیشه های مهم مرتبط با معنای آن را انتقال دادند و روایتی از انکشاف آن در طول زمان فراهم آوردند. چنان که دیان و کتز خاطر نشان می کنند، این نقشی کاملاً تثبیت شده و از دیرباز پذیرفته شده است که در آن رویه ها و آرزو های متداول به خاطر یک هدف بزرگ تر به حال تعلیق درمی آیند.(۱)

واژگان آیینی ای که رسانه ها برای روایت کردن رویداد هایی چون ۱۱ سپتامبر از آن ها استفاده می کنند پیچیده، یکنواخت و قراردادی شده اند. در حالی که هنوز یک بررسی مفصل از این رویکرد انجام نگرفته است، شواهدی از یکی از عناصر مهم این روایت هایِ رسانه ایِ قراردادی شده را در گزارشِ لیننتال از بمب گذاری اُکلاهماسیتی می توان دید. او می گوید، بسیار سریع تر از آن چه باید، صداهایی در رسانه ها شروع کردند به صحبت کردن از التیام و پایان. لیننتال تأکید می کند که هر چند می توان گفت که چنین خشونتی هرگز نمی تواند واقعاً التیام

۱- Dayan and Katz (۱۹۹۲), p.۷

یابـد، ولی نویسـندگان روزنـامه هـا، گوینـدگان و گزارشـگرانِ تلویزیون، صـحبت از خـاتمه ای برای این رویـداد هـا را آغاز کردند.(۱) پایان و فرآینـد التیام (اصـطلاحی که به کرات از گزارش تلویزیونی محلی قتل عام کلمباین شـنیده می شد) بیش از آن که مورد علاقه روزنامه نگارانی باشـد که فرآینـدی را گزارش می کننـد که ممکن است هرگز (همان گونه که لیننتال می گوید) به پایان نرسد مورد علاقه اولیای متمایل به آیین های قراردادی شده است.

در اُکلاهماسیتی، در کلمبـاین و نزدیـک مرکز تجـارت جهـانی، پنتاگون و محل های پنسـیلوانیای غربی، مطالبـهٔ دموکراتیکِ نقشـی در مراسم یـادبود مسـتلزم مطالبـهٔ فیزیکی یـک مکـان ــ معمولاً یک نرده ــ بود.(۲) نرده هـایی کـه به دور محـلِّ مرکز تجارت جهانی و کلیسایی در آن نزدیکی کشـیده شـده بودند، تبدیل به محل هایی برای ضـریح های خود جوش پر از اشـیای واژگـان یـاد بود شدنـد؛ پرچم هـا، شـعر ها، خرس های عروسـکی، بریـده های جرایـد، پوستر ها، پارچه نوشـته ها، پوشاک و وسایل متـداول و قراردادی تری چون شـمع ها و حلقه های گل، محل را پوشانـده بودند. بسـیاری از این ها از خارج از ایالات متحـده آمـده بودنـد و این گواهی است بر سـرشت جهـانی رویـداد ها. حضور نمایان رویه هایی از این دست در رویـداد های کوچک تر و محلی تر، این تصور را که ما با روند در حال تکوین این گونه مراسم یادبود، سـروکار داریم تأیید می کند. برای نمونه، قتل فجیع یک خدمتکار جوان فروشگاه در شهر محل تولد من،

۱- Linenthal (۲۰۰۱), pp. ۹۴-۵

۲- نک به: Pike (۲۰۰۱) ؛ با توجه ویژه به سایت اختصاصی کلمباین.

واکنش آشنایی را برانگیخت. هنوز پخش خبر آن به انتها نرسیده بود که یک ضریح خودجوش در جلوی فروشگاه و نقطه ای که قتل اتفاق افتاده بود ظاهر شد. این ضریح طی روز های آینده رشد کرد و بزرگ تر شد و بسیاری از عناصر آشنای واژگان عمومی عزاداری را که درباره شان صحبت کرده ایم در خود جای داد: گل ها، خرس های عروسکی، اشعار و مانند این.(۱)

اختلاط امر تجربه شده به واسطهٔ رسانه ها و رابطه بی واسطه با رویداد ها، ایده هایی را درباره سرشت تجربه رسانه ای به ذهن متبادر می کند که با توجه به چشم انداز در حال تکوینی که تا کنون در این جا توضیح می دادیم، درست به نظر می رسند. جان تامسِن،(۲) جامعه شناس رسانه، سخن از شبه تعامل وساطت یافته ای(۳) می گوید که در آن ارتباطات بین تجربه مخاطب و رویداد ها وساطت می کند. تامسِن مایل است بیشتر به تجربه زندگی روزمرّه رجوع کند تا رویداد های یگانه ای چون ۱۱ سپتامبر، ولی توضیح او با این حال به جا و مناسب است:

از نظر افراد بسیاری که پروژه زندگی شان ریشه در اوضاع و احوال واقعی زندگی روزمرّه شان دارد، اغلب اشکال تجربه وساطت یافته(رسانه ای شده) ممکن است ارتباط ضعیفی با زندگی آن ها داشته باشند؛ آن اشکال ممکن است به طور ادواری جالب، هر

۱- هم چنین به نظر می رسد یک رویهٔ عمومی رو به رشد و در حال تحول دربارهٔ یادمان ها در بزرگراه های پرتلفات وجود دارد که سازمان های بزرگراه های دولتی را ملزم می سازد که قواعد جدیدی برای نظم دادن به آن ها وضع کنند. لیننتال و فوت خاطر نشان می کنند که هرچند شالودهٔ این را یک رویهٔ کاتولیکی دیرین می سازد ولی به نظر می رسد در سطح وسیع تری در فرهنگ سرایت کرده است.

۲- John Thompson

۳- mediated quasi-interaction

از گاهی سرگرم کننده باشند ولی موضوعاتی نیستند که بیشترین اهمیت را دارند. ولی افراد در همان حال به طور گزینشی از تجربه وساطت یافته کمک می گیرند و آن را با تجربه زیسته شدهٔ [مستقیمی] که نسج پیوندیِ زندگی روزمره آن ها را می سازد به هم می بافند.(۱)

آیین های عرفی رسانه ای شدهٔ ناظر بر مراسم یادبود و عزاداری را می توان مورد خاصی از آن چه تامسن توضیح می دهد دانست. ما که رویداد هایی چون ۱۱ سپتامبر را مضامین و متن های مؤثر و نظام مندی می دانیم که محتوا و رویه رسانه ها را سفارش می دهند، می توانیم دریافت آن ها [از سوی مخاطبان] را، منطبق با تصویری که تامسن می کشد، توافقی بین علایق و تجارب آن ها در یک طرف و رویداد هایی که کم و بیش پاسخ می طلبند در طرف دیگر، بدانیم. این ها باید در همان حال، در زندگی روزانه آن ها [مخاطبان] ادغام شوند. فوران اشیاء و کنش هایی که در پی ۱۱ سپتامبر اتفاق افتاد، گواهی بر این گونه انگیزه ها و توافق ها و از یک لحاظ صرفاً نوک کوه یخِ کنش های آیینی گره خورده به رویداد های رسانه ای شده است. برای نمونه، یک گزارشگر محلی در توصیف تجربه خانواده خود از ۱۱ سپتامبر و واکنش های آن ها در قبال این رویداد از اصطلاحات آیینی و اصطلاحاتی که حکایت از وجود وجوه در حال تکوین توافقی و بزرگ ترِ آیینی سازی دربارهٔ این رویداد دارند، به وفور استفاده کرده است:

در چند هفته گذشته، در پشت میز های شام ملت، دست های بی شمار

۱- Thompson (۱۹۹۵), p. ۲۳۰

[به نشانه ماتم] تا شدند و سر های بی شماری پایین افتادند. می دانم که در خانه ما چنین بوده است. ما دست ها را به هم قلاب کرده ایم و به دعا مشغولیم چون مطمئن نیستیم به جز این چه کار می توان کرد. وحشت حمله های تروریستی در نیویورک سیتی و واشینگتن فراتر از فهم ماست. کلمات مان را نمی توان شنید، بلکه آن ها همراه با اشک های مان به بیرون می ریزند. من دو شمع روشن کردم، یکی برای خانواده هایی که خشونت آن ها را از هم پاشانده بود و دیگری برای یاد آوری به خودمان که خدا همراه با ما سوگوار است. من معنای شمع ها را برای پسرم و شوهرم توضیح دادم و خودم از کار خودم تعجب کردم. این ها را از کجا می دانستم؟ به چه چیزی فکر می کردم؟ با این حال، [ناامید نشدم و] ادامه دادم، آن هم به نیروی ایمانی که اغلب نسبت به آن تردید داشتم.(۱)

مسئله مهم و معنی دار در این گزارش آن است که دین و آموزه دینیِ قراردادی تقریباً در آن حضور ندارند. این خانواده، که به کنش برانگیخته شده است، با رجوع به خداوند در بطن یک آیین ابداع شده بنیادی ترِ ناظر بر همسانی و یگانگی با قربانیان و بقیه ملت، تسکین خاطر می یابد. این نویسنده، هم چون بسیاری دیگر، ناگهان دیده است که در مسیر ایمان دینی کشانده شده است ولی هم زمان با آن به درگیر شدن در آیینی سازیی برانگیخته شده که رو به سوی کنار آمدن با فاجعه هم چون یک رویداد مدنی، نه دینی دارد. تجربه وساطت یافته، قدرت و وحشت [ملازم با] ضایعه رویداد ها را به خانه آورد و مردم در خانه های شان به واکنش برانگیخته شدند.

۱- Keller (۲۰۰۱)

برخی از کسانی که با آن ها مصاحبه کردیم، تجارب خود را در حول و حوش ۱۱ سپتامبر با اصطلاحاتی مشابه [آن چه این نویسنده به کار برده است] توضیح می دادند. پائولا ویلکاکس در یک شهر بزرگ در غرب همراه با مادرش مالی و دخترش دنیس، زندگی می کند.(۱) آن ها که کوتاه زمانی پس از حمله ها در مصاحبه با ما شرکت کردند، ابتدا حسی از فاصله از آن رویداد ها را بیان می کردند. پائولا می گوید:

او لش رو تماشا کردیم و حالا واقعاً فکر می کنم که به نقطه ای رسیده که بیش از اندازه شده.

مصاحبه گر:

بیش از اندازه، چه جوری، از چه نظر؟

مالی:

خب، همه چیزو هِی تکرار می کنن. برای همین هنوز هیچ چی نشده همه چی رو دیده ای. اگه چیز جدیدی اتفاق بیفته، اون وقت دوست دارم تماشاش کنم. ولی دوست ندارم هی چیزای تکراری تماشا کنم.

پائولا:

من شخصاً دوست ندارم بشنوم؛ منظورم اینه که اگه این، برای من اتفاق افتاده بود، نمی خواستم تو تلویزیون باشم. نمی خواستم کسی تماشام کنه و از غم و غصه و جیک و پوک من خبر دار بشه... من از تماشای عذاب کشیدن مردم لذت نمی برم. و برای همینه که هر کسی صحبت از این می کنه که آن ها چه عذاب الیمی کشیده اند اصلاً چیزی نیست که من بخوام تماشا کنم. این همه بدبختی توی دنیا هست و من نمی خوام بشینم و بار ها و بار ها تماشاشون کنم. منظورم اینه که فکر نکن با آن ها احساس هم دردی

۱- این کریستف دمونت هاینریش بود که با خانوادهٔ ویلکاکس مصاحبه کرد.

نمی کنم. این اون چیزی نیست که بخوام تماشاش کنم.

پس ممکن است انتظار داشته باشیم که خانواده ویلکاکس از آن نوع ادغام شدن در آیین های ۱۱ سپتامبر که موضوع بحث ما بوده است، برحذر بمانند. آن ها مقادیر زیادی گزارش دیده اند (و در واقع، این مصاحبه در طول یک هفتهٔ پس از رویداد ها انجام گرفت) و فهمیده اند آن هایی که مستقیماً درگیر بوده اند، چه میزان رنج و عذاب را تجربه کرده اند. وقتی از آن ها پرسیدم که آیا در هیچ مراسم آیینی شرکت کردند، معلوم شد که بله شرکت کرده اند. پائولا می گوید:

من و دنیس یک کار هایی کردیم. برای نمونه توی اینتر نت، بعضی ها پیام هایی دربارهٔ اون ارسال کردند. مثلاً، در این جور مواقع قراره که بری بیرون و شمعی روشن کنی. این کارو کردیم. فکر نمی کنم توی دبستان خبری بوده باشه و از این جور کار ها کرده باشن. اون ها زیاد بهش اهمیت نمیدن.

بنابراین خانواده ویلکاکس مراسم یادبود را به شیوهٔ خاصِ خود برگزار کرده اند. آن ها آن قدرها درگیر نبودند، نه به نیویورک سفر کردند و نه هدایا یا اشیایی برای قربانیان فرستادند. چنان می نمود که گویی کاملاً بی اعتنا هستند ولی، هم زمان با آن، قدری وقت و انرژی در یک اقدام آیینی خاص ــ روشن کردن شمعی در زمانی مناسب و ــ به طرزی معنی دار ــ همگام با آیین مشترکِ بزرگ تری که از طریق اینتر نت سازمان دهی شده بود ــ صرف کردند. این به نظر کاری کوچک و بی اهمیت می رسد ولی آن ها، برخلاف پس زمینه بزرگ، به طرزی مستقیم در یک مراسم آیینی در زمانی که خودشان تعیین کرده بودند،

در خانه خودشان، شرکت کردند. سنت های قدیمی تر دینِ عرفی، هرگز انتظار حدی از کنش خصوصی با آن نظم و نظام را نداشتند.

یکی دیگر از طرف های مصاحبه ما، مگان سیلی، که در فصل هشتم ملاقاتش کردیم، از انگیز ه مشابهی برای کنش سخن می گفت. او و پسرش، دِیل، پرچمی روی اتومبیل شان نصب کردند و به صلیب سرخ پول دادند. افزون بر این، مگان به یاد می آورد که:

خُب به کلیسا رفتم چون قرار بود مراسم نماز ظهر برای مردم در نیویورک و خانواده های شان برگزار کنند ... من فقط برای این رفتم که احساس کنم دارم کاری انجام می دهم و تلاش می کنم اوضاع را بهتر کنم.

جیم وافسکی نشان می دهد که تا کجاها تجربه زیسته شده و وساطت یافته ۱۱ سپتامبر هم در طول زمان نقش بسته است، آن هم به عنوان لحظه ای که در زمان وقفه ای ایجاد کرد و هم منتهی به شیوه های جدید اندیشیدن و عمل کردن شده است؛ یک لحظهٔ تعیین کننده. جیم در حومه یک شهر بزرگ در غرب همراه با همسرش، سارا، چهل و یک ساله و پسرشان، جیک، ۱۸ ساله و دخترشان، برنا، ۱۳ ساله، زندگی می کند.(۱) آن ها به طور منظم به یک کلیسای عظیم انجیلی می روند؛ این کلیسا مکان اصلی آن ها برای تماس و ملاقات اجتماعی است. هم جیم، هم سارا مستخدم تمام وقت هستند. ضمن برگزاری این مصاحبه در یک روز پاییزی، چند سالی پس از ۱۱ سپتامبر، مصاحبه کننده در گفت وگوی فردی با جیم از او درباره شرکت او و خانواده اش در مراسم

۱- کورتیس کواتس با خانوادهٔ وافسکی مصاحبه کرد.

یادبود حمله های ۱۱ سپتامبر پرسید. جیم و خانواده اش در حد کمی در مراسم یادبود اولین سالگرد شرکت کردند ولی تقریباً کار دیگری انجام ندادند. در همان حال، به نظر می رسد او از این رویدادها به همان صورت متأثر شده است که پائولا ویلکاکس و مگان سیلی شده بودند. مصاحبه گر می پرسد:

آره. بعدِ ۱۱ سپتامبر مراسم یادبودِ رسانه ای زیادی برگزار شد. هیچ کاری برای مراسم یادبود اولین سالگرد کردی؟

جیم:

فقط موقعِ دعا. این کارو کردیم. قرار بود کل مردم کشور این کارو در سالگرد بکنن. این تنها کاری بود که کردیم.

مصاحبه گر:

گزارش ها رو اصلاً تماشا کردی؟

جیم:

نه!

مصاحبه گر:

از آن وقت تا حالا هیچ کاری برای یادبود کرده ای؟

جیم:

نه!

مصاحبه گر:

صحیح.

جیم:

اگه واقعاً می خوای بدونی، اون [۱۱ سپتامبر]، باز هم، دست خدا بود. ما بعد از اون کار های زیادی کردیم، برای اون خونواده ها دعا کردیم و چه چیز

فجیعی. صبح بلند شدم و رفتم سر کار و یک هو، دیدم که واقعاً دارم میرم [که دعا بکنم]. خُب، این طوری، برای خونواده ها دعا کردیم و سعی کردیم برای خونواده ها پشت گرمی بشیم و مدت ها [یاد] اون ها رو در دل خود نگه داشتیم و از این جور چیز ها ...

هر چند جیم به طور خاص نمی خواهد از نظر معنوی یا دینی به آن بپردازد و فکر هم نمی کند که مردم کشور باید چنین کنند ولی قطعاً آن را حادثه ای تلقی می کند که حامل درس های مهمی برای کشور است و بدین ترتیب بر آن احساس که این رویداد، رویدادی تعیین کننده، حتی برای جیم، بوده است صحه می گذارد. هم چنین، جیم به وضوح آن را رویدادی در زنجیره رویداد های رسانه ای شده می بیند که سابقه شان به قتل جان اف. کندی می رسد. جیم می گوید:

خب، نه، تا زنده هستم اون روز با منه ولی فرقی با اون، احتمالاً با اون نداره...یادم می آد که خیلی کوچیک بودم و مادرم دوید توی اتاق گفت جان کندی رو کشتن. اون موقع حتی نمی دونستم جان اف. کندی کیه، ولی بعدش همه چیزو توی تلویزیون دیدم، بعد هنوز بچه بودم که فهمیدم اون کیه. خب، این اون جوری یه نشانهٔ دیگه در روزگار میشه و باز هم، خدای من، شخصاً، واقعاً فکر کردم که ... و ایمان من این جوریه، و بعدِ ۱۱ سپتامبر به سارا گفتم، باید یه عالمه فیلم شاد ببینیم و این واکنش طبیعی بود و این جوری خیلی بده؟ منظورم اینه که بده آدما توی اون وضعیت باشن ولی خدا اونا رو به بهشت برد، بنابراین اونا یه جایی هستن بهتر از اون که حتی بتونیم تصورش رو بکنیم و این جا هم جاییه که باید از این کار عبرت بگیریم و یاد بگیریم که چطوری فهم خودمون رو بالا ببریم و آدمای بهتری باشیم.

جالب این که، آن چه جیم از اهمیت رویداد های ۱۱ سپتامبر در ذهن دارد، تایید سخنان منتقدان دینی در داخل و خارج است.

کار اسامه بن لادن بود ولی اجازه این کارو خدا بهِش داد. خدا به اونا اجازه داد این کارو بکنن تا این ملت، خوار و ذلیل بشه و بگه بسه دیگه این همه دل آشوبه توی تلویزیون، بسه دیگه این همه تجاوز و چپاول، این که مدیران ارشد ۲ میلیارد دلار می گیرن ولی کارمندا نمی تونن ۳۰ سنت افزایش حقوق بگیرن. می دونی چیه انگار ما با وجود این همه نابرابری فجیع فکر می کنیم تافته جدا بافته ایم، که توی این مملکت از هیچ کدوم از این اتفاقا نمی افته و من شخصاً، فکر می کنم مملکت ما داره به انحطاط کشیده میشه.

بدین ترتیب، تجربه جیم از رویداد های ۱۱ سپتامبر خطوط کلی آن، هم چون یکی از آیین های تعیین کننده مراسم یادبود و عزاداری را توضیح می دهد. رویداد و تجربهٔ یگانه و ناگهانی بودند و چیز هایی هستند که او نمی تواند از ذهن خود بیرون کند. او آن ها را به روند این گونه رویدادها و تجربه ها پیوند می زند و سابقه آن ها را به تاریخ می رساند. او احساس می کرد که از انگیزه کافی برای برگزاری مراسم یاد بود آن ها همراه با خانواده اش برخوردار است و تأملاتی درباره معنا و مناسبت های آن ها به ذهنش خطور کرد. رویداد ها، اعمال آیینی را، حتی یک سال بعد، سبب شدند ولی مهم تر از این ها لحظه های آستانه ای(۱) تأمل و انتقاد بودند. آن ها نیز کاملاً به مجموعه ای از گفتمان ها و بحث های مربوط به اهمیت و معنای سیاسی و اخلاقی شان جوش خورده بودند.

اگر حق با من باشد، مؤلفه های این دینِ عرفیِ در حال ظهورِ ناظر بر مراسم یادبودِ عزاداری، متضمن رویه رسانه ای و رویه زندگی واقعی، هر

۱- liminal moments

دو، است. مجموعه ای از قرارداد ها برای گزارش رسانه ای رویداد هایی چون ۱۱ سپتامبر ظهور کرده است، و روزنامه نگاران نقش هایی بر عهده می گیرند که آن ها را به لحاظ شخصی و اخلاقی به رویداد ها پیوند می زنند و هم زمان با آن وظیفه دارِ روایت کردن تجربه به مخاطبان وسیع تر هستند. وساطت رویداد ها مردم را از راه هایی به آن ها مرتبط کرد که حسی از واقعیت و آنی بودن را به رویداد ها می بخشیدند. وحشت بی همتای رویدادها، آن ها را از قدرت خاصی برای برانگیختن کنش برخوردار کرد. کنش ها در جهت یافتن همسانی و پیوستگی حرکت می کردند نه در جهت ساختن روایت های پیروزی یا تعالی. سندیّتِ بی همتای تجربه، هم چنین مردمان را در نواحی جوروا‌جورِ دور از رویداد ها، به انجام کنش های آیینی برانگیخت، حتی کنش های پیش پا افتاده ای چون روشن کردن شمع و حضور در مراسم نیایش. سرشت و دامنه تحول این اَشکال فرهنگی، بی تردید هم چنان به مسیر دگرگونی ادامه خواهد داد ولی آن چه روشن است این است که رویداد های ۱۱ سپتامبر لحظه بی همتا و ویژه تعامل بین ایده های دین و رویه های رسانه ها را رقم زدند.

مؤلفه دیگر این سنتِ در حال تکوین، البته متضمن ساختار یابیِ شکلیِ گزارشِ این گونه رویداد هاست. هر چند، چنان که گفته ام، دست زدن به تحلیلی مفصل، خارج از چهارچوب این کتاب است ولی شواهد بسیاری هستند حاکی از این که افراد مسئول در ارائه و روایت این گونه رویداد ها، در واقع، به سطحی از مشارکت _ تقریباً یک نقش کشیش مآبانه _ ارتقا یافتند. چنان که دیان و کتز نشان می دهند، آن ها

«دیدگاه انتقادی عادی خود را به حال تعلیق درآوردند و با موضوع خود با احترام، حتی ترس همراه با احترام، برخورد کردند»(۱) مسلماً آن ها در ۱۱ سپتامبر همین کار را کردند.

یک نمونهٔ به ویژه پرمحتوا (نمونه ای که از طریق پیش صحنه ای که معمولاً بین تولید و مخاطب قرار می گیرد و بافت تولید را به بافت های مصرف متصل می کند) را از برنامه اصلی اخبار شبانه سراسری [موسوم به] تفسیر خبر با جیم لهرر می آوریم. آن ها، بر برنامه ۱۹ سپتامبر ۲۰۰۱ خود گزارشی از یک نمایشگاه عکسِ برگزارشده در گرینویچ ویلیج(۲) با نام این جا نیویورک است،(۳) پخش کردند. نمایشگاه شامل عکس هایی از رویداد های ۱۱ سپتامبر و روز های بعد از آن بود و نگارخانه ای که نمایشگاه را برگزار کرده بود، نسخه های عکس ها را در قالب یک طرح جمع آوری اعانه، جهت حمایت از تلاش های انجام گرفته در شهر، برای کمک و باز سازی می فروخت.(۴) در پایان گزارش، گوینده، یعنی جیم لهرر، مجموعه مونتاژ شده از تصاویر نمایشگاه را، همراه با قطعه آوازی فراموش نشدنیِ شب فرا می رسد...(۵) اثر اِنیا(۶) ستارهٔ آواز New Age معرفی کرد. حاصل آن مکاشفه ای به شدت تکان دهنده دربارهٔ معنای رویداد ها بود. نمی توان از این معنویت و دین مداری پنهان حذر کرد. در لحظه تعیین کننده این مونتاژ، آن جا که آهنگ اِنیا از مایه ای به

۱- Katz and Dayan (۱۹۹۲), p. ۷

۲- Grenwich Village

۳- Here is New York

۴- Smith (۲۰۰۱)

۵- Evening Falls

۶- Enya

مایه دیگر می رود و اوج می گیرد و یک اُرگ، بـدل به ساز اصـلی می شود، تصاویری که ابتدا عکسـی از یک پنجره سوخته را نشان می دادند به گونه ای آرایش یافتند که یک شـکل صـلیب مانند صحنه ای از ویرانی پشت پنجره را نشان داد و این هم جای خود را به تصویری از گورسـتانی داد که در پشت آن شـهر دودناک و دیگر صـحنه های رسـمی مربوط به تـدفین را می دیـدیم. مـن ایـن ویـدیو را بـه مناسـبت هـای مختلـف در حین سـخنرانی نشـان داده ام و هرگز ندیـده ام که از برانگیختن یک واکنش عاطفی ناتوان باشـد. بسـیار تأثیر گـذار است و چنان پیونـد عمیقی با رویداد ها دارد که فقط رسانه تلویزیون می تواند داشـته باشـد. پخش مجـدد آن بیش از یک ماه بعد، گواهی است بر این که مخاطبان تفسـیر خبر نیز از آن متأثر شده اند و این بار لهرر آن را این گونه معرفی کرد:

و اکنون، پخش مجدد آن. این گزارش را نخستین بار در ۱۹سپتامبر پخش کردم. تقاضاهای زیادی برای دیدن مجدد آن به ما رسیده است و به همین دلیل آن را امشب دوباره پخش می کنیم. داستان را از زبان ری سوارتز بشنوید. (۱)

داستان، دوباره با مرثیه ویدیویی به پایان رسید. این نمونهٔ محکمی است برای این که رسانه ها و تجربه رسانه ای چگونگی می تواننـد از طریق رویداد هایی چون ۱۱ سـپتامبر به مخاطبان و عامه مردم پیونـد بخورند و این که اکنون، هم متخصـصان رسانه، هم مخاطبانِ [رسانه] انتظار دارند که رویه های برگزاری مراسم یادبود، بخشی از کسب و کار رسانه ها باشند.

۱- ۹. The Newshour with Jim Lehrer, ۱۲ November ۲۰۰۱

تجارب مشترک از رویـداد های ۱۱ سپتامبر، شاخصـی در تاریـخ فرهنگی و رسـانه ای هسـتند، آن هم نه فقط به دلیل اهمیت محض این رویـداد ها، به دلیل این که، آن ها راه هایی نشان دادند که از طریق آن ها تجربه رسانه ای هم در زندگی سیاسـی، هم در زنـدگی روزانه ادغام می شود. چنان که دیدیم، آن ها از نظر معنا و اهمیت شان عظیم و خارق العاده بودند ولی از نظر پیامـد و از نظر چیزی که افراد را به اندیشـیدن و انجـام دادنش فرا خوانـد کوچـک و محلی نیز بودنـد. آن هـا به خـدمت پیش صحنه ای درآمدنـد که فرض می شـد بین مخاطبـان و رسـانه هـا قرار دارد. آن ها از این لحاظ یک نقطه عطف نبودنـد؛ زیرا، چنان که دیـده ایم و من اسـتدلال کرده ام، آن مانع در مـدرنیته متاخر انعکاسـی (۱) مـدت ها پیش قابل عبور شـده است ولی مسـلماً ما را به راه های نوینِ اندیشـیدن و عمل کردن بر انگیختنـد. می توان حدس زد که برانگیخته شدنِ گلن دانگل (که در فصـل چهـارم ملاقـاتش کردیم) به فراتر رفتن از معیـار هـای خـاص خود به قصـد یـافتن اطلاعات یا مطالبی درباره ایمان های دیگر، علامتی است از یک آگاهیِ مابعدِ ۱۱ سپتامبریِ جدید دربارهٔ غیریت و تفاوت.

دیدیم (و بررسـی های دیگر نشان داده اند) (۲) که اغلب منابع خبری ما برای یافتن اطلاعات و ایـده هایی که از منابع سـنت و بافت های معنای دینی و معنوی شان فراتر می روند، به رسانه ها روی می آورند. در جهان

۱- ۰۰. reflexive late modernity

۲- ۰۱. برای نمونه نک به: Hoover, Clark, and Ranie (۲۰۰۴). درصد قابل توجهی از کاربری دین محورانهٔ اینترنت به سر درآوردن از ادیان دیگر اختصاص یافته بود.

مابعدِ ۱۱ سپتامبری، این گونه روش ها امکان آگاهی و احتمالاً فهم را تقویت می کنند و این ها همان چیز هایی هستند که بسیاری احساس می کردند پیش از آن رویداد های مصیبت بار، از آن ها محروم بودند. با این حال، به تعبیری وسیع تر، فهم این نکته مهم است که رسانه ها قطعاً حامل معنای ضمنی ای هستند که می گوید برخی انواع تجارب مشترک و ایده های مشترک می توانند قابل دسترس شوند و قابل دسترس هم شده اند. در سطحی بنیادین، این ممکن است یکی از شروط [امکان] مدرنیته وساطت یافته باشد که مسئله، بیش از آن که مربوط به نحوه درک متقابل جماعت های ملاحظه کار باشد، برمی گردد به این که چگونه چشم انداز رسانه ایِ جهانی، هم تفاوت را به همهٔ ما عرضه می کند هم همسانی را. (۱)

رسانه ها، دین و سیاست

رسانه ها، دین و سیاست

انتخابات عمومی نوامبر ۲۰۰۴ ایالات متحده بسیاری را چشم انتظار گذاشته بود و در مقایسه با هر انتخاباتی که حافظه اخیر به یاد می آورد، در معرض بررسی های دقیق قرار داشت. واقعیت های مربوط به رأی دهندگانِ به شدت مخالف با هم، ظهور رسانه های دیجیتال به عنوان پدیده ای مهم در گفتمان و گزارش سیاسی، جنگی که ادامه داشت و بحث و جدل های بسیاری را برانگیخته بود و سرشت

۱- ۰۲. برای بحث بیشتر نک به: "Ginsburg et al (۲۰۰۲), "Introduction.

مجادله آمیز انتخابات سال ۲۰۰۰، همه در خدمت افزایش علاقه به این رقابت قرار گرفتند. با این حال، چنان که پیش تر نشان دادم، این انتخابات در همان حال از نظر توجهی که مبارزات انتخاباتی و رسانه ها به دین معطوف می کردند بی همتا بود. در اوایل دورِ انتخابات، داستان هایی درباره شکاف دینی کم کم ظاهر شدند و یک نشریه ظاهراً دستپاچه برای فراتر رفتن از قرائت کم و بیش سطحی از وضعیت، با مشکلاتی مواجه می شد. به روشنی، تعالیم مسیحیان انجیلی به طریقی بی سابقه در دومین دولت بوش جایی برای خود در برنامه دست و پا کرد. با این حال، گزارش های مطبوعاتی حاکی از تمایل به تأکید بر نفوذ انجیلی به شیوه ای کم و بیش معطوف به مقصود بودند. [این گزارش های مطبوعاتی] بر برخی از مؤثرترین موضوعات اجتماعی تمرکز می کردند که انجیلی ها و محافظه کاران کاتولیک را به هم پیوند می زند: اول از همه موضوع سقط جنین و [دوم] ازدواج هم جنس گرایان. هشت ماه پیش، دنیل شور،(۱) در تفسیری که در رادیوی دولتی سراسری(۲) ارائه کرد، اهمیت دین در رقابت [انتخاباتی] را پیش بینی کرده بود و طیف شیوه های ممکنِ قرائت دین به منزلهٔ یکی از عناصر گفتمان سیاسی (طیفی که از انضمامی تا استعاری را شامل می شد) را توضیح داده بود:

من به آمریکایی باور دارم که در آن جدایی بین کلیسا و دولت قطعی و مسلم است.

این جان کندی نامزد انتخابات ریاست جمهوری بود که به سال

۱- Daniel Schorr

۲- National Public Radio

۱۹۶۰ در هیوستِن در برابر جمعی از وزرای پروتستان به آن ها اطمینان خاطر داد که کاتولیک بودن، تأثیری بر سیاست های او نخواهد گذاشت. من تردید دارم امروز، که دین بخش آشنایی از مبارزه انتخاباتی شده، نامزدی بتواند با چنان مطلق گرایی سکولار سخن بگوید. رییس جمهور بوش، سخن از سیر و سلوکِ دینی خود می گوید که از ۱۹۸۶ آغاز شد؛ یعنی زمانی که نوشیدن مشروبات را کنار گذاشت و دل به عیسی مسیح داد. پیش از او، رییس جمهور ریگان بود که با اصطلاحاتی کم و بیش پیامبرانه از اتحاد [جماهیر] شوروی با عنوان امپراطوری شر(۱) نام برد.(۲)

شور، همانند مفسران بسیار، به زمانی اشاره می کند که فرض بر این بود، دین بیرون از مرز های گفتمان سیاسی است. در انتخابات ۱۹۶۰ ، فیلی در اتاق(۳) به یمن تأیید قاطع سکولاریسم از جانب کندی از مسند کنار زده شده بود. از نظر شور و بسیاری از کسان دیگر ، انتخابات ۲۰۰۴ آن را تغییر داده بود و دین بیش از پیش بخشی از این ترکیب شده بود. در پایان، دین صرفاً بخشی از گفتمان نبود؛ قرار بود در انتخابات [بین نامزدها] تفاوت ایجاد کند. هرچند می توان گفت که هر یک از اجزای جورواجور ائتلاف بوش نقش تعیین کننده ای ایفا کردند ولی عمدتاً شمار بیشتر رأی دهندگان انجیلی و رأی دهندگانی که فهرست ارزش های اخلاقی را به عنوان انگیزه اصلی خود برای رأی دادن

۱- the evil empire

۲- Schorr (۲۰۰۴)

۳- elephant in the room

ارائه داده بودنـد، به عنـوان مهم ترین تفـاوت بین همه پرسـی هـای ۲۰۰۰ و ۲۰۰۴ تلقی می شـد. ۲۲٪ رأی دهنـدگانی که به نظرسـنجی ها پاسخ داده بودند، ارزش ها را بالاترین دغدغه خود می دانسـتند. این را مقایسه کنید با آن ۲۰٪ که اقتصاد را در فهرست دغـدغه هـای خود جای داده بودنـد. اهمیت دین و ارزش ها ممکن است محصول انتخابات بوده باشـد ولی به نظر می رسد واقعیت زیرینِ رابطه در حال تعمیق و تقویت دین و سیاست، بدل به امری مسلم در زندگی سیاسی در ایالات متحده شده است.

نیکولاس کریستف(۱) برخی از دغدغه های رایج درباره این چرخش رویداد ها را در نیویورک تایمز جمع بندی کرده است.

من عقیـده هیـچ کس را دست کم نمی گیرم و وانمود نمی کنم که می دانم چرا آمریکا بسـیار بیش از بقیه دنیا از ایمان دینی سرشار شده است ولی مسلماً فکر می کنم که در بحبوحه یک بیداری بزرگِ دینیِ دیگر هستیم و فکر می کنم که هر چند این ممکن است برای بسـیاری آسـایش معنوی به ارمغـان بیـاورد ولی در عین حال به معنای یک قطبی شـدنِ(۲) فزاینده در درون جامعه ماست ولی من عمدتاً از این ناراحتم که سنت های فکری بزرگِ کلیسا های کاتولیک و پروتستان دارند به طور یکسان تباه می شونـد و جهان های علمی و دینی ای بر جای می گذارنـد که تعارضـشان دم به دم فزونی می گیرد. بخشـی از ناراحتی من ناشـی از زمانی است که با ملّاها و امام های از خودراضـی و تردید ناپذیر صرف کرده ام، چون امروزه جهان اسلام عمدتاً به دلیل

۱- Nicolas Kristof

۲- polarization

انحرافی مشابه از سنت فکری غنی و روی آوردن به امر غیبی(۱) در بحران به سر می برد. قلب اندام بی نظیری است، ولی مغز هم چنین است.(۲)

دو نظر که برای مسائل مورد علاقه ما در این جا حائز اهمیت اند، در بخش عمده بحث دربارهٔ دین مداریِ رأی دهندگان در ۲۰۰۴ مستتر است. نخست این ایده که دین با فرایند های عقلانی سیاست ورزی کم و بیش ناسازگار است و دوم، دین مداریِ خاصی که از مشخصاتِ بخشِ در حال ظهور و جدیدِ رأی دهند گانی است که پیروزی بوش را رقم زدند، محافظه کارانه و به قول کریستف، ارتجاعی و از خودراضی بود. من نمی خواهم در این جا وارد یک بحث اخلاقی دربارهٔ سرشت سیاست ورزی دینی ای بشوم که به نظر می رسد دارد سر برمی آورد. بلکه، می خواهم در پرتو نقشی که رسانه ها ممکن است بازی کنند به برخی از ادعاهایی بپردازم که از جانب حامیان و منتقدان این سیاست ورزی دینی، مطرح می شوند. ممکن است هیچ یک از دیدگاه ها توضیح کاملی از وضعیت به دست ندهد؛ چون مردم در بطن زندگی خصوصی خود دست به گزینش سیاسی می زنند. هر دو دیدگاه معتقدند که دین دارای نقشی تجویزی در سیاست ورزی است و تحسین کنندگانِ توسل محافظه کارانه به موضوعاتی چون سقط جنین و ازدواج هم جنس گرایان، این را بازگشت به اخلاقیات تلقی می کنند و آن هایی که غُصه گرایش هایی را می خورند که دلواپس ظهور حکومت دینی ای هستند که لزوماً اختلاف عقیده را

۱- the mystical

۲- (۲۰۰۳ (Kristof

در هم خواهد کوبید، به قانون اساسی ای می اندیشند که در صدد بود در مسئله دین بی طرف باشد.

یک نگرانی دربارهٔ این گرایش پس از انتخابات از یک صـدای محافظه کار برخاست. جو لوکونته(۱) از بنیاد هریتیج [فرانسه: هریتاژ] به سـنت قدیمی ای در سیاست ورزی آمریکایی اشاره کرد که در آن رهبران دینی ای چون رینولد نیبور(۲) و مارتین لوتر کینگِ پسر در دعواهای سیاسی داخل می شدند. او معتقد است که رهبریِ دینی جدید، آن فاصله را از دست داده است:

امروزه، بخش عمـده راست گرایان دینی پا به پای حزب جمهوری خواه گام برمی دارند، در حالی که چپ گرایان دینی نقش یـک اتاقک پژواک (۳) را برای دموکرات هـا را بـازی می کننـد. محافظه کاران مسیحی به جمهوری خواهان می پیوندنـد تا [افکـار عمومی] را علیه ازدواج هم جنس گرایـان بسیج کننـد، ولی علاـقه زیـاد به خانواده هایی که در مرکز شـهر به مخاطره افتاده اند در خود ایجاد نمی کنند. به نظر می رسد خط مشی اقتصادی دولت بوش را می پسندند ولی انتقادی از رسوایی هایی که شـرکت هـا به بـار آورده انـد یا سابقه ای که رییس جمهور بوش در مراقبت های بهـداشتی قابل دسترس [برای همگان] بر جای گذاشـته به عمل نمی آورنـد. پیش از انتخابات، پت رابرتسِن حتی ادعا کرد خدا به او گفته است که رییس جمهور بوش به راحتی برنده خواهد شد. رابرتسِن گفت: «فرقی نمی کند که چه کاری از او سر می زند، کار خوب یا کار بد،

۱- Joe Loconte

۲- Reinhold Neibuhr

۳- echo chamber

خدا او را برمی گزیند چون او اهل نماز است».(۱)

لوکونته به همین سان به انتقاد ویژه چپ گرایان (چپ گرایانی که به نظر می رسد نمی توانند از سیاست ورزی حزب دموکرات فاصله بگیرند) از رهبران دینی می پردازد. او با اشاره به نمونه هایی از صداهای دینی ای که موجب خشم سیاست می شدند؛ چون نمی توانستند به راحتی در این یا آن اردوگاه جا بگیرند، نتیجه می گیرد که:

آبراهام جاشوا هسکل،(۲) فیلسوف یهودی، زمانی گفت که پیامبر «کسی است که با حرفی که می زند زندگی و روحِ خود را به خطر می اندازد، کسی که می تواند آهِ خاموشِ اضطراب انسان را احساس کند». اغلب رهبران دینی امروز نمی توانند آن آهِ خاموش را دریابند؛ چون به نظر نمی رسد که بتوانند خود را از هیاهوی شعار سیاسی دور نگه دارند. آن ها جانبداری های خود را با دین داری استتار می کنند و هم چون ایسا(۳) آن شخصیت توراتی، حق ارشدیت خود را در ازای یک کاسه سوپ می فروشند.(۴)

بدین ترتیب، حرف و حدیث های پس از انتخابات، متن عمومیِ در حال ظهوری را توضیح می داد که فرضیه [وجود] گرایشی در روابط بین دین و سیاست را مطرح می کرد. به نظر می رسید که نیروی بیرون از انتخابات آشکارا با محافظه کاران دینی ای است که به جمهوری خواهان کمک کردند تا کاخ سفید را (هر چند، مانند سال ۲۰۰۰، با اختلاف درصدِ کمی) در اختیار داشته باشند. گمان می رفت که نفوذ آن ها ناشی

۱- Loconte (۲۰۰۴)

۲- Abraham Joshua Heschel

۳- Esau ، بزرگ ترین پسر اسحاق که حق ارشدیت خود را به برادرش یعقوب فروخت. (م.)

۴- Loconte (۲۰۰۴.۱۶)

از قـدرت فرضـی رهبران محـافظه کار برای اعمال کنترل بر حوزه های بزرگ رأی دهنـدگان و حفظ کلیـد های قـدرت برای حزب محافظه کار است. با این حال، هم زمان با آن، چپ ها و راست ها، تردیـد هایی نسبت به این سـناریو داشـتند و دارند و مهم این که، رسـانه هـا در مرکز برخی از این تردیـدها هسـتند. بسـیاری از سرشـناس ترین رهبران دینی به دلیل حضورشان در رسانه ها سرشـناش شده اند. مجله انجیلی پرنفوذِ Cristianity Today در مقـاله ای که بهار سال ۲۰۰۵ چاپ شد، پرسش هایی درباره این وضعیت مطرح کرد. تِد اولسن،(۱) نویسنده مقاله که می خواست بداند انجیلی هایِ پرنفوذ در سیاست، تحت نفوذ چه کسانی بوده اند، خاطر نشان می کرد که اغلب رهبران پرنفوذ لزوماً سرشناس ترین رهبران در رسانه ها نیستند.

دیوید بروکس،(۲) مقـاله نویس نیویورک تایمز، زودتر وارد معرکه شـد و از همکاران روزنامه نگار خود دعوت کرد که نقل قول آوردن از جری فالول(۳) را متوقف کنند. می گفت: «یک دنیا فرق است بین

۱- Ted Olsen.۱۷

۲- David Brooks.۱۸

۳- Jerry Lamon Falwell اونجلیست مشـهور آمریکایی (متولـد ۱۹۳۳در ویرجینیـای آمریکا). وی پایه گـذار چنـدین آکادمی مهم مسیحی و دانشگاه لیبرتی بوده است. میراث مهم وی، بنیادگرایی مسـیحی و اونجلیسم است؛ بسیاری او را عامل نابردباری دینی و سیاسـی در جامعهٔ آمریکا به ویژه پس از یازدهم سپتامبر می داننـد. شاید بتوان او را در کنار پت رابرتسن و هال لینـدزی از سـران بنیادگرایی مسـیحی خوانـد. او از حامیان دینی جرج بوش پسـر بود. وی عناد شدیدی با هم جنس بازان، فمنیست ها، غیرمسـیحیان و کسانی که اقـدام به سـقط جنین می کردند، داشت. او از حامیان جدی رژیم اسـراییل بود به گونه ای که اولین غیریهودی است که مدال ولادیمیر یابوتینسـکی را به خاطر برتری صـهیونیسم از مناخیم بگین دریافت کرد. او هم چنین در سال ۱۹۷۹ حزب اکثریت اخلاقی را بنا نهاد. وی سرانجام در سال ۲۰۰۷ درگذشت. از نکات جالب زندگی وی، پدر و پدربزرگ وی بودند که ملحد محسوب می شدند. از وی دو پسـر، یکی حقوق دان با نام جری فالول پسـر و دیگری جاناتان (کشـیش) و یک دختر به نام جینی (جراح) باقی مانده است. برای اطلاعات بیشتر رک به: صـهیونیسم مسـیحی. استیون سایزر. حمید بخشنده و قدسیه جوانمرد. مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما/دفتر طه. قم. ۱۳۸۷(م.)

مؤمنـان واقعی و دست پرورده هـای تلویزیونی، خـالی بنـد هـایی از قمـاش اِلمر گنتری که انتخاب شـده ا نـد تا آن ها [مؤمنان واقعی] را نماینـدگی کنند.» انجیلی ها موافق اند. یک نظر خواهی که در بهار سال ۲۰۰۴ از سوی یکی از برنامه های تلویزیون PBS انجام شد به این نتیجه رسید که تنها ۲۳٪ کسانی که خود را انجیلی معرفی می کردند، احساسات گرم یا مثبت نسبت به فـالول داشـتند. همین درصـد [از آرای مثبت] را به گروه هـای طرفـدار آزادی سـقط جنین دادنـد. رابرتسن با ۳۴٪ رأی زیادی آورد، ولی هنوز پایین تر از اتحادیه های کارگری (۳۶٪) و بسیار پایین تر از پاپ ژان پل دوم (۴۴٪) و جیمز دابسن(۱) (۴۰٪) بود. بروکس می گفت، سخنگوی واقعی انجیلی ها جان استات(۲) است که «همیشه واقعیت ملموسِ زندگی و ایثار مسیح را به یاد مردم می آورد.»(۳)

اولسن غصه وضـعیتی را می خـورد که محصـول نفـوذ بی دلیـل چهره هـایی چون رابرتسِن و فـالول است و انـدیشه هـای نخبه گرایانه دیرین درباره سرشت اقتدار در عصر رسانه ها را تکرار می کند:

ولی نوع تعـالیمی که جو دیسـیپل(۴) از آن هـا پیروی می کنـد، (ایـن که چگـونه کیشِ او را ابلاـغ می کنـد و چه تأکیـدی بر زندگی او

۱- James Clayton "Jim" Dobson, Jr متولد سال ۱۹۳۶ در لوییزیانای آمریکا. وی روان شـناس و گوینـدۀ رادیو است. او نیز یـک اونجلیست است. او را پـایه گـذار انجمن غیردولتی تمرکز (حمـایت از) بر خـانواده (FOTF) می دانند. وی تولید برنامه ای روزانه با نام Focus on the Family با چیزی حدود ۲۲۰ میلیون بیننده در دنیا را برعهده داشت که نقش مهمی در شـهرت وی داشـته است. به گمـان برخی وی جانشـین اونجلیست هـای مشـهوری چون بیلی گراهـام، پت رابرتسن و جری فالول است. (م.)

۲- John Stoot

۳- Olsen (۲۰۰۵)

۴- Joe Disciple.۲۳

می گذارد) به طرزی فزاینده توسط یک خوراک رسانه ای تعیین می شوند، خوراکی متشکل از آذوقه های قدسی و سکولار، هر دو. به تعبیری، روزنـامه هـا از رابرتسن و فـالول نقـل قول می آورنـد و میز گردهـا از آنان دعوت می کننـد به این دلیل که میزگرد ها از آنان نقل قول می آورند و دعوت شان می کنند: رولودکس ها زود به زود تمیز نمی شوند ولی آن ها نیز دعوت می شوند چون در نقل قول آوردن سریع هستند: به تغذیه ماشین رسانه ای، همه چیز خواری کمک می کند که گرسنه اندیشه هـایی (یـا فقـدان آن هـا) است که قابـل فشـرده شـدن در یـک دوجین کلمه باشـند، کلمـاتی که یـک طرف یا طرف دیگر را خشمگین خواهند کرد.(۱)

مصـاحبه هـایی که در این جا دیـده ایم می تواننـد به ما کمک کننـد تا به نگرانی هایی که درباره نقشِ در حال ظهور دین در سیاست آمریکا ابراز شـده انـد، بپردازیم. ما طرح این کتاب را با قصدِ محک زدنِ تصوری آغاز کردیم که بسـیار شبیه نگرانی ابراز شـده از سوی اولسن دربـارهٔ شـیوه ای است که از طریق آن، خوراک رسانه ای می توانـد با ادراک دینی و معنوی مرتبط شود. در این اثنـا، از زبـان مردمـانی متعلق به آن سوی طیف دینی و معنوی، مطـالبی دربـاره شـیوه های ادغام زنـدگی معنوی، دینی و رسـانه هـای شان شـنیدیم. ما می خواستیم این روابط را به شـیوه ای که در تضاد با فرضـیه های اولسن است، ببینیم. در حالی که او و دیگران، به سـرعت به این فرضـیه می رسند که رسانه ها می توانند نحوه دینی و معنوی شدن مردم را تحت تأثیر قرار دهند، ما می خواستیم این امکان را از نظر دور نداریم که رسانه ها و دین / معنویت می توانند در حین

۱- Olson (۲۰۰۵)

ساختن معناها و هویت هایی که زندگی خود را از طریق آن ها ادامه می دهیم، روی یکدیگر تأثیر بگذارند. آوازه رسانه ها ممکن است مصلحت گرایانه(۱)یا حتی ناپایدار باشد؛ ولی آیا باید بترسیم از این که، آن منطق ها (یا فقدان آن ها) می توانند به عامل تعیین کننده تبدیل شوند؟

نگرانی های اولسن در تعبیری وسیع تر نیز سزاوار قدری تحلیل و تأمل هستند (و نه فقط به این دلیل که عده بسیاری در این دغدغه ها با او سهیم اند). در واقع، اگر این اتحاد دینی/ سیاسی به سمت ایده های محافظه کارانه (ایده های کاتولیک انجیلی محافظه کارانه) منحرف شده است، آیا ما باید نگران دور باطل به ظاهر آشفته ای باشیم که به طور ضمنی در این جا هست؟ به عبارت دیگر، آیا مشکلی داریم با این امر که منبع اقتدار دینیِ تأثیر گذار بر جنبه های مهمِ خط مشی عمومی، خود به دلیل وساطت عمومی اش صاحب اقتدار شده است، نه به دلیل ریشه داشتن در ایده های بنیادین و مبتنی بر اجماعی که [تنها] از نظر فرهنگ های دینی ای اصیل و موثق هستند که [این منبع] ظاهراً از جانب آن ها سخن می گوید؟ به تعبیری این پرسشی پرهیزکارانه، اخلاقی و دینی است که باید به شیوه های دیگر در بافت های دیگر به آن پاسخ داده شود. ولی از آن جا که رسانه ها دخیل اند و وساطت، بخشی چنین مهم ّاز معادله است، چیز هایی هستند که ما می توانیم، بر اساس تحقیقات خود در این کتاب، بگوییم.

در درجه اول، به نظر می رسد در میان تذکره های دینی از نظر نحوه

۱- pragmatic.۲۵

استفاده هـای آن ها از رسانه ها همسانی ها بیشتر از تفاوت هاست. بنابراین، آن چه دربارهٔ اونجلیست ها می گوییم از این نظر احتمالاً دربارهٔ کاتولیک ها و جویندگان معنوی(۱) و پروتستان های لیبرال هم می توان گفت.

دوم، یکی از منسجم ترین چیز هایی که دربارهٔ نحوه استفاده مردم از رسانه ها در خودبیانگری های دینی و معنوی خود یافتیم، این است که آن هـا رسـانه ها را امکانی مرتبط با دیگر جنبه ها و عوامل مؤثر در زنـدگی خود تلقی می کننـد. پیش تر دربارهٔ این نکته از جـان تـامسن نقـل قول آوردم. مردمـانی که طرف صـحبت مـا بوده انـد رسـانه ها را به طور گزینشـی در تار و پود زنـدگی شان ادغام می کننـد. ما دیدیم که این، حتی دربارهٔ خانواده هایی که گمان می کردند این ارزش های دینی یا معنوی هستند که انگیزه مصرف رسانه ها را به آن ها می دهند، صادق است.

سوم، واضـح است که افول اقتـدار نهادهـای دینی بر آن چه دیـده ایم سـایه می افکنـد. ادعاهای تاریخی کلیسا، فرقه، آموزه و تاریخ، دیگر از سـلطه و نفوذی که روزگاری داشـتند برخوردار نیستند. در عوض، آن ها بخشی از مجموعه نمادها، سنت ها و ارزش هایی هسـتند که مردم به شیوه های خاص خودشان کنار هم می چینند و روایت هایی می سازند که برای شان معنی دار [و ملموس]اند، در همان جایی اند که آن ها هستند.

چهارم، شایـد مؤثرترین و منسـجم ترین چیزی که دیـده ایم آن اعتقاد تقریباً همگانی در میان مصاحبه شوندگان ماست به این که تنها خودشان

---

۱ - metaphysical seekers ؛ seekers لقب مسیحیانی بـود که عضو کلیسـای رسـمی انگلسـتان نبودنـد و به طور منفرد یا پراکنده عبادت می کردند. (م.)

هستند که باید داور نهایی اعتقاد و ارزش در زندگی خود باشند. آن ها نمی خواهند به عنوان افرادی تلقی شوند که حق تصمیم گیری خود دربارهٔ رسانه ها و در واقع هر اقتدار بیرونی، را به آن ها تفویض می کنند. آشکار ترین شکل این [تلقی] را وقتی می بینیم که آن ها از نحوه تصمیم گیری شان درباره قواعد رسانه ای سخن می گویند. وقتی صحبت از قواعد می کنند منظورشان این است که نوع چیز هایی که خودشان و بچه های شان می بینند، می شنوند و انجام می دهند مهم است. ارزش های نهفته در آن چیز ها برای طرف های مصاحبه ما اهمیت دارند و آن ها می خواهند خود تصمیم بگیرند که چه چیزی درست و مناسب است. ولی توقع ندارند که آن تصمیم ها را دیگران برای شان بگیرند. خودشان باید آن تصمیم ها را بگیرند. شاید گویاتر از این ها آن باشد که، در مصاحبه ها تقریباً همه می گفتند که بچه ها را باید به گونه ای بار آورد که خودشان نیز در این موارد تصمیم بگیرند. کمتر کسی از والدین می خواستند افرادی تلقی شوند که برای در امان نگه داشتن بچه های بزرگ تر از دیدن چیز هایی که نباید ببینند، محدودیت هایی بر آن ها تحمیل می کنند. (بچه های کوچک تر [البته] موضوع دیگری بود). طرز تلقی درست از رسانه، اگر بتوانم جمع بندی ساده ای از آن به دست دهم، این است که رسانه را یکی از امکانات فرهنگی ای بدانیم که ناگزیر، حتی ضروری است و این که تصمیم گیری درباره آن به عهده خود ماست.

پنجم، آن چه درباره روابط بین رسانه های دینی و سکولار و امکان پُل زدن [بین این دو] گفته ام در این جا نیز مهم است. بسیاری از

مصاحبه شونده های نوآیین ما، از هر دوی این ها بهره مند بودند. مطالب دینی و سکولار، هر دو، را مصرف می کردند و احساس می شود که امر سکولار همان بافت رسانه ای تعیین کننده است. چنان که در اغلب آن موارد ملاحظه کردیم، این گونه رسانه ها از یک برجستگی، حتی جذابیت، از جمله چیز هایی که با نام لذائذ گناه آلود از آن ها یاد می شود، برخوردارند. بدین ترتیب، آن چه رابرتسن یا فالوِل فکر می کنند یا می گویند نمی تواند از نظر مؤمنان نوآیین ما اهمیت خاصی داشته باشد. در واقع، طرف های مصاحبه ما معمولاً ـ با نوعی تمسخر به تبلیغ مسیحیت از طریق تلویزیون نگاه می کردند. به نظر می رسید که اقتدار دینی در برابر طیفی از منابع وساطت یافته ای که مردم استفاده می کنند و با هم تلفیق می کنند، عقب نشینی می کند. این معمولاً شامل اقتدار روحانی به طور عام [نیز] می شود. کمتر کسی از طرف های مصاحبه ما می خواستند تصمیم گیری دربارهٔ این چیز ها را به پیشوای دینی یا کشیش یا خاخام یا امام یا کاهنِ خود واگذار کنند.

سرانجام، چنان که در فصل های پیشین آمد، این در نهایت همان نفس(خود) است که جایگاهی را می سازد که در آن چیز ها به طرزی تحکم آمیز [و مقتدرانه] کنار هم قرار داده می شوند. درک جهان، به کار بستن امکانات حافظه، سنت، اعتقاد، خانواده، مدرسه، محل کار و فرهنگ رسانه ای برای ساختن مفهومی از خودشان که در زندگی معاصر مؤثر است و به کار می آید، به عهده فرد، اعتقاد طرف های مصاحبه ما است. ما در مصاحبه های خود چندان چیزی ندیدیم که حکایت از آن کند که در نگرانی ها و انتقاد هایی که شنیدیم و دیدیم نوعی نقشِ به

لحاظ ایدئولوژیکی تعیین کننده، مستتر است. پیوند بین رسانه ها، اعتقاد و رفتار (سیاسی یا غیر آن) دست کم بر اساس تحقیقاتی که در این جا کردیم، آن چنان مستقیم و ابزاری نیست که بتواند موجب ترس ما شود. آن چه ممکن است ببینیم، وضعیتی است بسیار نزدیک به وضعیت هنجاری ای(۱) که جو لوکونته خواهانش است. طرف های مصاحبهٔ ما، دست کم بر حسب مقاصد و نفس های آرمانی شان،(۲) پیوند های ضروری بین دین و اقتدار، خواه در حوزه اجتماعی خواه در حوزه های سیاسی نمی بینند. آن ها زندگی پیچیده ای دارند که در آن انواع فشار ها، عوامل نفوذ، منابع شناخت ارزش ها و نماد ها به طور روزانه دست در کارند. جهان پیرامون آن ها تغییر می کند و آن ها باید راه هایی برای تحول با آن بیابند. آن ها خود را لوح های نانوشته ای که گفتمان های دینی یا سیاسی رویشان حک می شوند، نمی دانند. برعکس، آن ها مصرف کنندگان و کاربران این گونه گفتمان ها هستند و با ادعاهای رقیبی که از جانب بافت ها و صداهای دیگر مطرح می شوند مبارزه می کنند.

نمونه ای از توافق پیچیده بین اعتقاد، سیاست ورزی، رسانه ها، فرهنگ و ارزش ها را که در پی می آید در مصاحبه ما با دورین ریچاردز می توان یافت. موضوع ازدواج هم جنس گرایان (و حقوق هم جنس گرایان به طور کلی تر) در انتخابات ۲۰۰۴ به رقابت با سقط جنین به منزلهٔ موضوع مربوط به ارزش های بنیادین برخاست. اغلب ناظران و مفسران که کل وضعیت را می دیدند [و نه فقط برخی جزییات را]، قائل به وجود

۱- normative.۲۷

۲- ideal selves.۲۸

ارتباطی ساده و بی دردسر بین دین مـداری محافظه کارانه و طرز تلقی ها از حقوق هم جنس گرایان بودنـد، ارتباطی که قرار بود در دریافت رسانه ای منعکس شود، یا حتی از آن تأثیر بگیرد. دورین به ما نشان داد که اوضاع به این سادگی ها نیست.

دورین زنی ۵۵ سـاله است که در حومه یک شـهر بزرگ رو به زوال در غرب میانه همراه با شوهرش ماروین و آخرین بچه از پنج بچه به فرزندی گرفته شان، زندگی می کند. او خود را شخصی متدین و کاتولیکِ سنت گرا توصیف می کند.(۱)

در طول مصـاحبه، دورین فاش کرد که هر چنـد روی هم رفته [برنامه های موسوم به] نمایش های واقعی را دوست نـدارد ولی چند تایی از آن ها را دیده است که دورین و مصاحبه کننده به بحث دربارهٔ این ژانر پرداختند. تنها برنامه واقعی که او دوست دارد و به طور منظم تماشا می کند، چشم هم جنس گرا برای مرد دگر جنس خواه(۲) است که در آن پنج مرد هم جنس خواه یک مرد دگر جنس خواه را می آرایند و این آراستن شامل پوشاک، نظافت شخصی، تدارکات عمومی معاش و شیوه زندگی هم می شود.

مصاحبه کننده می پرسد:

بسیار خُب. چشم هم جنس گرا برای مرد دگر جنس خواه را چطوری با اعتقادات کاتولیکی خود وفق می دهید؟

۱- مونیکا اِمریش بود که با دورین ریچاردز مصاحبه کرد.
۲- Queer Eye for the Straight Guy برنامه ای تلویزیونی که از سال ۲۰۰۳ پخش آن شروع شده است. شخصیت های آن پنج مرد هسـتند که هر یک در حوزه ای تخصـص دارند: مد، غذا، دکوراسیون داخلی، فرهنگ، آرایش، و مشروبات الکلی.(م.)

دورین:

اوه، خیلی سخت بود. می دونید که همه ما احساس گناه کاتولیکی داریم و من یک ... نه مثل یک کاتولیک گمراه. کشیش ها و سر و سرّ های بی اهمیت شان با پسر های کم سن و سال، ایمان منو سست نمی کنن و من فکر می کنم اونا باید مجازات می شدن و کلیسا اشتباه کرد که اونا رو پنهون کرد. ایمان کاتولیکی واقعی من، منو سرپا نگه داشته. خدای من، ببین از دست بچه هایی که داشتم، قلبم، سرطانم خلاص شدم. آره ایمان کاتولیکی تکیه گاه زندگی منه. هر چند خیلی مطمئن نیستم. وای، سخته. هم جنس گرایی چیز سختی یه برام؛ چون تو زندگی شغلی ام چندین هم جنس گرا رو می شناختم و همین طور توی زندگی شخصی ام و هیچ وقت یکی رو ندیدم که با من بددهن باشه یا رفتار زننده ای بکنه، هوم... هیچ چیز به جز خوبی. هیچ کدوم از اون هایی که می شناسم هرگز سعی نکرده هم جنس گرایی خودشو پنهون کنه و همه اون ها آدم های خوبی بودن و توی زندگی شون همه اش کار ای خوب کردن. حالا، می دونم چند تایی هم جنس گرای باز واقعاً ناجور هستن ولی اشکالی نداره، آدم های ناجوری هم هستن که دگر جنس خواه هستن. برای همین، روز ای سختی با هم جنس گراهایی که می شناسم گذروندم، باور کردن این که خدا اون ها رو به جهنم می فرسته برام سخت بود برای همین باید بگم که ... مواقع زیادی توی زندگی ام هست که مجبورم توی یک پاکت کوچولو بذارم و سعی نکنم که توجیه اش کنم چون نمی تونم. ولی اصلاً فکر نمی کنم که باید توجیه کنم، نمی دونم، همجنس گراها اذیت ام نمی کنن. هیچ وقت نکردن.

در یک سطح، این گواه خیره کننده ای است از این که تغییر اجتماعی چگونه رُخ می دهد. ارتباط گام به گامی که دورین در زندگی خود با همکاران هم جنس گرای اش و دیگران برقرار کرده کم کم برخی

سوءظن ها را که احتمالاً زمانی [نسبت به هم جنس گرایان] داشته از بین برده است.

این در همان حال نشان می دهد که چگونه لحظه مصاحبه غالباً مردم را وادار می کند که احساس هایی را که از خودشان و از جایگاه شان در شبکه مناسبات دارند بیان کنند، احساس هایی که ممکن است جدید و متحول باشند. او به روشنی با پیش برداشت های پذیرفته شده (که هم از بافت های اجتماعی منشاء می گیرند هم از بافت های دینی) درباره پذیرش هم جنس گرایی مبارزه می کند و هم زمان با آن به راه هایی پی می برد که از طریق آن ها برداشت ها با چیزی که ممکن است یک ارزش بنیادین تر ــ ارزش پذیرش و رواداری ــ باشند، رویاروی می شود.

در سطحی دیگر، نشان می دهد که چگونه رسانه ها به کار بیان (و شاید تقویت) گرایش ها و ارزش ها در فرهنگ بزرگ تر می آیند. عقاید بیان شده دورین دربارهٔ هم جنس گرایی ممکن است تا حدودی از تجربه بی واسطه و شخصی او منشاء گرفته باشند، ولی برنامهٔ چشم هم جنس گرا ... می تواند زمینه و بافتی بزرگ تر و چیز های بیشتری برای اندیشیدن در اختیار او بگذارد. ارتباط او با این برنامه، به موازات بافت های رسمی ترِ گفتمان درباره حقوق هم جنس گرایان، مانند آن چه در حوزه سیاسی هست، امکانات مهمی برای فهم و کنش فراهم می آورد. بدیهی است که از نظر او این هنوز یک مسئله حل شده نیست، ولی او آشکارا می خواهد تفسیری از اوضاع را بپذیرد که با آن احساس راحتی می کند، تفسیری که ادعاها و تجارب رقیب را توضیح می دهد.

تجربه دورین شیوه مهمی را نشان می دهد که از طریق آن موضوعات

انضمامی و بنیادین در حوزه سیاسی ممکن است از خلال رسانه ها وارد تجربه زیسته شوند. هم چنین توضیح می دهد که چگونه افراد در موقعیت های فرهنگی و اجتماعی مختلف و با انواع خاصی از ارزش ها می توانند با این مداخله ها تعامل کنند. تصویر بزرگ دین و سیاست در جهان مابعدِ ۱۱ سپتامبر و مابعد انتخابات ۲۰۰۴ ممکن است راسخ، قاطع و قابل پیش بینی به نظر برسد ولی باید به خاطر داشته باشیم که آن تصویر، ساخته و پرداخته افرادی چون دورین و افراد دیگری است که به ما اطلاعات دادند، افرادی که ممکن نیست به سبب انگیزه ها و کنش های شان به طرق پیش بینی شده رفتار کنند. به ویژه، فرضیه های ساده انگارانه ای که اغلب دربارهٔ رابطه سیاست، دین و رسانه ها ساخته می شوند، نیازمند آن هستند که با دقت بیشتری حلاجی شوند.

من این فصل را با این پیشنهاد آغاز کردم که باید به برخی پرسش ها در یک بافت اجتماعی و سیاسی بزرگ تر بپردازیم. از یک لحاظ، نمی توانم، در این بُرهه از تاریخ، بدون بررسی رویداد های ۱۱ سپتامبر و رابطه جدید و در حال تکوین بین دین و سیاست، دست به تحقیق در دین و رسانه ها بزنم. این تحقیق، البته، قصد پرداختن به این موضوعات را نداشت؛ این اتفاقات در حالی افتادند که مصاحبه های پژوهشی در جریان بودند و واکنش های مردم به ۱۱ سپتامبر و بحث های دینی / سیاسی بدل به بخشی از گفت وگو های ما شدند. این واقعیت که آن ها قطعاً اتفاق افتادند به ما امکان می دهد که بعضی چیز ها را دربارهٔ این که چگونه نظام بزرگ ترِ روابط بین فرهنگ رسانه ای و فرهنگ سیاسی در زندگی و تجارب مخاطبان تأثیر می گذارد ببینیم. من گفته ام که ما

نیازمنـد آن هستیم که رابطه بین دین و فرهنـگ رسانه ای را در بطن رویه رسانه ای و مطابق با منابع نظری مهم در حوزه رسانه ها (شـیوه هایی را که از طریق آن ها رویه رسانه ای با جنبه های دیگر زندگی و تجارب مردم تعامل می کند و با آن ها مرتبط می شود) بفهمیم. دیـدیم که چگونه تجربه ۱۱ سـپتامبر و پرسـش های مربوط به سیاست ورزی دینی وارد این حدیث نفس ها شد و این کار را هم از طریق رسانه ها کرد و هم از طریق تجربه ها و بافت های غیر رسانه ای. هم چنین، دیدیم که شـیوه های فهم این چیز هـا متضـمن یک توافق از جانبِ خودِ معناها و روایت هایی است که قصـد شان همان کار [فهم این چیز ها] است. برخی از این هـا موفق تر از برخی دیگر انـد و برخی برای ما ناظران، قابل فهم تر از برخی دیگر هست نـد ولی آن چه آشـکار است این که مـا بایـد همـان قـدر که این چیز هـا را توافق هـای پیچیـده حاصل شـده در این زنـدگی ها می دانیم، ارزش ها یا ادعاهـای معین یـا قطعی ای بـدانیم که اعتقـاد یـا کنش را تعیین می کننـد. در فصـل بعـد، این موضوعـات را دوبـاره، همراه با ارزیابی جامع تری از چشم انداز های دین و معناسازی دینی در عصر رسانه ها، بررسی خواهیم کرد.

پاره دهم: نتیجه گیری: چه حاصل شده است؟

اشاره

پاره دهم: نتیجه گیری: چه حاصل شده است؟

ما این تحقیق در روابط بین دین و رسانه ها را با قصد پرداختن به راه هایی آغاز کردیم که عصر رسانه ها از طریق آن ها توانسته است رویه و معنای دین در مدرنیته متاخر را تعیین کند. ما از آن مأموریت نسبتاً فراگیر، روی آن چیزی تمرکز کرده ایم که گفته ام پرسشی است مقدم بر بسیاری پرسش های دیگری که ممکن است مطرح شوند. به نظر من پیش از آن که بتوانیم به کل وضعیت حاکم بر معنای دینی، نماد گرایی معنوی،(۱) سنت های دینی و معنوی، نهاد های دینی، تعلیمات دینی و رابطه دین با سیاست ملی و جهانی وقوف یابیم، نخست باید ببینیم مردم، به منزلهٔ مصرف کنندگان رسانه ها و مخاطبان رسانه ها، چگونه به دینِ وساطت یافته دسترسی می یابند، با آن تعامل می کنند، و آن را

۱- spiritual symbolism

می فهمنـد. در این فصل نهایی، می خواهم جمع بستی از چیز های مهمی که یافته ایم ارائه کنم و احتمالاً، برخی از پیامد هایی را که یافته های ما برای این پرسش ها، و دیگر پرسش های جامع تر دارند، نشان دهم.

این تحقیق، تا حدودی، استوار بر انتظاراتی محدود بوده است. ما برای رسیدن به سطح (احتمالاً) بنیادینِ رویهٔ رسانه ایِ واقعی، ناگزیر چشم انداز خود را از امر جهانی به امر محلی و از طیف وسیع تأثیراتِ بالقوهٔ رسانه ها و دین روی یکدیگر، به شیوه ها و لحظه هـای دقیق تر و راه هـای مهم یـا معنی دار شـدنِ رسـانه هـا از راه هـای دینی و معنوی، تغییر دادیم. دلایل این محـدود سازی، دو دسـته بودند؛ یکی چالش های مفهومی مربوط به تعیین این که کِی و کجا فکر می کنیم این اتفاق می تواند بیفتد و دیگری چـالش های روش شـناختی مربوط به زمانی که این تعامل ها را عملاً بررسـی می کنیم. بنا به دلایلی که به تفصـیل در فصـل چهـارم آوردیم، مـا به بحث هـایی مفصـل بـا طیفی از افراد، خانواده ها و خانوار ها پرداختیم که ثمرهٔ آن ها را در چهار فصل پیشـین عرضه کرده ام. ما به بررسـیِ توضیحاتی پرداخته ایم که مربوط هستند به شواهدی مبنی بر این که مردم از چه راه هایی تجربهٔ رسانه ای را در آن چه من خودبیانگری های موجه(۱) نامیده ام، ادغام می کنند. آن گاه مسئلهٔ هویت را شاخصی مهم برای روابطی تلقی کرده ایم که مورد علاقـهٔ مـا هسـتند. این روایت [یـا خودبیـانگری]ها، چنان که گفته ام، هـدف تحقیق های ما نبوده اند، بلکه جانشین بخشی از مادهٔ خام یا داده هایی

۱- plausible narratives of the self

بوده اند که ما از درون آن، شواهدی را بیرون کشیدیم که حکایت از روابطی دارند که مورد علاقهٔ ما هستند.

ما بر آن بوده ایم که در تحقیق خود، به منزلهٔ پروژه ای که اساساً جامعه شناختی است، بر بافت ها، عوامل تأثیر گذار و روابط بین رسانه ها و دین در حوزه های مادی زندگی فرهنگی و اجتماعی متکی باشیم. استدلال من این بوده است که ما برای انجام این کار، باید در حوزهٔ اجتماعی، اوضاع را به شیوه ای کاملاً انضمامی و بی واسطه بررسی کنیم. خوشبختانه مجموعه ای از روش های تحلیل اجتماعی و فرهنگی در دسترس است که ما را در تحقیق یاری رسانده اند. به محض آغاز ارزیابی آن چه یافته ایم، کشف خواهیم کرد که رابطه مستقیم یافته های ما با برخی پرسش ها بیشتر از پرسش های دیگر است. البته یافته های ما در حوزه های اجتماعی مورد بررسی ما، پای معناها، عواقب، یا تأثیرات را به میان خواهند کشید؛ ولی این مانع از آن نمی شود که دربارهٔ دیگر حوزه ها نیز به تعمق آگاهانه بپردازیم. بنابراین، آن چه در پی می آید بحثی است درباره آن چه در تحقیق های خود دیده ایم و شنیده ایم. برخی از آن چه خواهیم گفت مستقیماً به موضوعات و نگرانی هایی می پردازد که به عنوان بخشی از توجیه، برای این مطالعه در نظر گرفته بودیم. چیز های دیگر ــ و این ها برخی از بحث انگیز ترین و هیجان انگیز ترین چیز هایی است که یافته ایم ــ از دل این تحقیق سر بر خواهند آورد.

همه گیری رسانه ها

همه گیری رسانه ها

در همۀ مصاحبه ها و اظهار نظر ها، از میان انواع بافت ها و دیدگاه ها(ی اجتماعی، دینی، قومی و...) به نظر نمی رسید هیچ چیز دیگری چنان همگانی باشد که احساس همه گیری، نفوذ و گریز ناپذیری رسانه ها هست. از خانواری به خانوار دیگر و از مصاحبه ای به مصاحبۀ دیگر، همه در یک فرضیه ــ حتی آرزو ــ سهیم بودند و آن این که رسانه ها همگانی و مسلم فرض شده هستند. رسانه ها زبان میانجی(۱) و وجه مشترک تجربه و رویۀ اجتماعی و فرهنگی معاصر اند. چندین تحقیق پیشین به همین نتیجه رسیده اند و از جمله، نشان داده اند که رسانه ها ساختار و شتاب زندگی روزانه، هنجار ها، زبان ها و فحواهای کلامیِ گفتمان اجتماعی و فرهنگی را تعیین می کنند.

هم چنین نفوذ [و فراگیری] رسانه ها چیزی است که غالباً به طور غیر ارادی در توضیحاتی که دیده ایم، گنجانده می شود. برای نمونه، در فصل هفتم یان وَن گلدر از قدرت و فشاری که گویا رسانه ها بر زندگی خانگی او (با وجود این که خانواده اش گام های عینی برای محدود کردن نقش رسانه ها برداشته بود) تحمیل می کردند، متأسف بود. در مصاحبه های ما، والدین این نفوذ و همه گیری را به شدید ترین شکل احساس کرده اند. رسانه ها، شامل تلویزیون، فیلم، موسیقی عامه پسند و ــ به طرزی فزاینده ــ رسانه ها ی شخصی و دستگاه های قابل حمل، امروزه در قلب فرهنگ جوانان هستند و به نظر می رسد دامنه نفوذ آن ها به

۱- lingua franca

طیفی از حوزه های اجتماعی، از تنظیم زمان، تا تأمین اصطلاح های فرهنگی مشترک و موضوعات گفت و گو _ که گفتمان اجتماعی بزرگ تر، از خلال آن ها به وقوع می پیوندد _ کشیده شده است.

آن چه بیشترین اهمیت را برای تحقیقات ما در این جا دارد آن است که رسانه ها به خانهٔ کسانی نیز نفوذ کرده اند که _ بنا به دلایل دینی یا دلایل دیگر _ می توانیم انتظار داشته باشیم که حداکثر کنترل را بر آن ها اعمال بکنند. در واقع، در چنین خانه هایی (برای نمونه خانهٔ میلیکن ها در فصل ششم) آن چه آشکار است در وهلهٔ اول نه واقعیت حضور رسانه ها در خانه، بلکه این است که آن ها احساس می کنند باید دربارهٔ رسانه ها کاری بکنند. این نکتهٔ مهمی است. حرف پیش پا افتاده ای زده ایم اگر بگوییم که زندگی فرهنگی و اجتماعی امروزین ِ آمریکا اشباع از رسانه ها است. همه می دانیم که رسانه ها چه اهمیتی در زندگی ما یافته اند، و طیف رسانه های قابل دسترس در خانه ها به رشد تصاعدی خود ادامه می دهد. آن چه در این جا جالب است، این است که خانواده هایی که انتظار داشتیم از لحاظ رابطه شان با رسانه ها دوری گزین(۱) باشند، ظاهراً بالعکس، این واقعیت را تقریباً به طور ضمنی پذیرفته اند. ممکن است بپرسیم، مگر کار دیگری هم می توانند بکنند؟ البته، می توانند خود را جدا کنند، همان کاری که دیگران کرده اند.(۲) ولی

۱- outlier

۲- باید یاد آوری کنم که یکی از منابع ما آمیش ها را نمونه ای از این گونه جدایی معرفی می کرد. با این حال، خانواده هایی هستند که خود را به طور ریشه ای جدا و منزوی نمی کنند ولی با وجود این خود را از رسانه ها دور نگه می دارند. مثالی از کورینه پیتون را در فصل ۶ کتاب هوور و همکاران خواهید یافت.

در مجموع آن هـا این کـار را نمی کننـد. در عوض، به نظر می رسـد نفوذ رسـانه ها را به عنوان یک امر مسـلم و یک واقعیت اجتناب ناپذیر می پذیرند و در جهت توافق با [این] وضعیت گام برمی دارند. آن ها همان کاری را می کنند که جان تامسن به مردم پیشـنهاد می کرد بـا رسـانه هـا بکننـد (و سـخن او را پیش از این نقـل کردیم): آن هـا رابطهٔ خود را بـا رسـانه هـا نوعی وساطت، تعامل ایده ها و تجربه های برخاسته از رسانه ها، ایده ها و تجربه های برخاسته از زندگی روزانه تلقی می کنند.

هم چنین آن ها رسانه ها را، هم به صورت برنامه ها، خـدمات و تجارب منفرد تجربه می کننـد و هم به صورت یک مجموعه. آن هـا در سـطح تجربی واقعیت اجتنـاب ناپـذیر در این برهه از تکامـل رسـانه ها در غرب ـ تمرکز و تعامل بین رسانه ای این صنایع ـ را درک می کننـد. با این حال، در سـطح دیگر، تمایل به این دارنـد که رسانه ها را یک نیروی یکپارچه تلقی کننـد. آن ها با برنامه های منفرد به صورت انفرادی و اغلب با حدی از لذت یا ترجیح شخصی، ارتباط برقرار می کنند ولی رسانه ها به عنوان یـک کـل را موضوع دیگری می داننـد. این تعبیر از همه گیری و نفوذ رسانه ها، چنان که پیش از این نشان دادیم، با اندیشه های دیوید گانتلت و آنِت هیل و از میان دیگران، با اندیشه های سونیا لیوینگسـتن در باب نحوه های ادغام شدن رسانه در زندگی روزانه، سازگار است. رسانه ها، به لحاظی، موضوعی جا افتاده هستند. آن ها، با قطع نظر از این که می خواهیم چه تصوری از پیامـد هـا یا تأثیراتشان داشـته باشـیم، اکنون بخش پـذیرفته شـده ای از فضای داخلی هسـتند و تا انـدازه ای، به قول لیوینگستن شفاف شده اند. چنان که پیش تر گفتم، بنا به یک تعبیر

توصیف هایی از رسانه ها که در این جا می بینیم نشانه این فرآیند ادغام هستند. من می خواهم بگویم این واقعیت که چنین توصیف هایی هنوز هستند و نفوذ دارند ـ این که آن ها در واقع ایده های هنجاری مهمی هستند که کل مردم در آن ها سهیم اند ـ نشانه ادغام هنوز کامل نشده آن ها است. هرچند باید تا حدودی بپذیریم (همان گونه که طرف های مصاحبهٔ ما در این جا تقریباً همگی می پذیرند) که رسانه ها اکنون بخشی از تار و پود زندگی روزانه، خصوصی، داخلی (و هم چنین اجتماعی) هستند ولی هنوز فاقد نمادها و زبانی هستیم که برای توصیف نقش آن ها در همه چیز مورد نیاز است؛ از جمله، نقش آن ها در اصطلاحات هنجاری ای که برای توصیف گِمِین شَفت به کار می بریم. این، ظاهراً، مهم و معنی دار است؛ چون نقش گذشته و ایده ها و نماد های مربوط به گذشته به همان اندازه برجسته است که تلاش طرف های مصاحبه ما برای توصیف آرمان های خود در باب ارزش ها، معنویت، ایمان، زندگی خانوادگی و روابط متقابل بین این عرصه ها. زبان گذشته زبان قدرتمندی است و سازگار شدن واژگان گذشته هنوز چندان موفقیت آمیز نبوده است که بتواند واقعیت رسانه های نافذ را در خود جای دهد. هم چنین به نظر می رسد این نفوذ در اغلب این خانه ها به نوعی استمرار دست یافته است. زندگی آن چنان که در این جا توضیح داده شده است، جریان دارد و رسانه ها نقش خود را بازی می کنند. رسانه ها سازنده های الگو های زندگی روزمره و سازنده های مهم

لحظه های کلیدی (گفت وگو ها) در اقتصاد اخلاقیِ در حال توسعه خانوار، هستند.(۱) آن ها خمیره گفت وگو ها در درون خانواده ها و بیرون از آن هستند. تکنولوژی های رسانه ای [جزء] سازنده ها، امکاناتی مهم و بخشی از موجودی ای هستند که به تثبیت جایگاه خانواده در شبکه مناسبات اجتماعی کمک می کند. در عین حال، رسانه ها تعیین کننده کل آن چه جاری و ساری است، نیستند. برخلاف برخی از آثار پیشین که نقش مرکزی برای رسانه ها در جهت دادن به جریان تجربه در زندگی خصوصی قائل بودند،(۲) در خانوار هایی که در این جا طرف صحبت ما بودند به نظر می رسد که رابطه بین رسانه ها و بقیه تجربه روزانه، تعاملی تر است. چنان که گفته ام، این موضوعی بی دردسر یا فیصله یافته نیست ولی دعوا بر سر این نیست که در کجا جریان زندگی از بسیاری جهات همان جریان رسانه ای است.

رسانه ها به منزلهٔ فرهنگ مشترک

رسانه ها به منزلهٔ فرهنگ مشترک

رسانه ها فقط به دلیل موقعیت مادی یا اجتماعی _ ساختاری شان(۳) نافذ و همه گیر نیستند. آن ها در این توصیف ها به خاطر آن چه انتقال می دهند نیز مهم اند: [یعنی] یک فرهنگ مشترک که در عین حال هم دشوار است هم جذاب.(۴) جذابیت آن ناشی از موقعیت فرضی اش در

۱- این البته اصطلاحی برگرفته از سیلورستن (۱۹۸۱) است.

۲- ۱۹۹۰) Cf. Kuby and Csikszentmihalyi).

۳- sociostructural

۴- پیشنهاد هوراس نیوکامب مبنی بر این که تلویزیون را یک تریبون فرهنگی تلقی کنیم تا اندازهٔ بسیار زیادی مرتبط است با آن چه در این جا دیده ایم.

مرکز فرهنگ است. فرض بر این است (و ثابت شده است) که رسانه ها نماد ها، رویداد ها و ایده هایی را بازنمایی می کنند که مهم اند و در یک بافت اجتماعی و فرهنگی وسیع تر مأوا دارند. به نظر می رسد این هایی که طرف مصاحبه ما بودند، می خواهند بخشی از آن گفتمان باشند. دست کم در حال حاضر، به نظر می رسد که تلویزیون، بیش از رسانه های دیگر، مظهر آن فضای فرهنگی است. باید دید که آیا با تحول رسانه ها این وضع هم چنان برقرار خواهد ماند یا نه.(۱) به نظر می رسد نقش تلویزیون به عنوان انتقال دهندهٔ این فرهنگِ مشترک، در این مصاحبه ها در سه سطح تحقق می یابد. نخست، شماری از طرف های مصاحبه ما، چنان که در فصل های ششم و هفتم خاطر نشان کردیم، رسانه ها ــ به ویژه تلویزیون ــ را نوعی حق یا توقع تلقی می کنند. ما، به عنوان یک مثال خاص، به توضیحات جی میلیکن دربارهٔ حدود امکان اش برای دسترسی به تلویزیون اشاره کردیم: «من فقط می توانم دو یا سه کانال رو بگیرم» و او آن چه را که آن ها نمایش می دهند، تماشا می کند. این برداشت از توقع را به ظرافت می توان در طول طیف وسیعی از مصاحبه ها دید. برای نمونه، والدینی که ایده های آشکاری درباره مشکلاتشان با رسانه ها و نگرانی های شان درباره جذب شدن کودکان شان به رسانه ها بیان می کنند، در جای دیگری از مصاحبه خود گزارش

۱- به باور مصاحبه شوندگانِ جوان تر، به نظر می رسد که اینترنت و وب از این نظر به تدریج جای تلویزیون را خواهند گرفت.

می دهند که هر شب از دیدن برنامه های جی لنو یا دیوید لتر من(۱) ریسه می روند. دومین سطح از سطوحی که به نظر می رسد، به ویژه، تلویزیون در آن ها نقش یک فرهنگ مشترک را بر عهده می گیرد، در قابلیت آن برای انتقال مجموعه مشترکی از نمادها، ایده ها و زبان ها قرار دارد؛ [یعنی] عناصری که بدل به بخشی از ارزِ رایجِ فرهنگیِ مشترک می شوند.(۲) آخرین مُدها، گرایش ها، اصطلاحات و شمایل ها را می توان در آن جا یافت و تلویزیون بیش از پیش، از طریق برنامه های خبری و سرگرم کننده اش ــ و به طرز فزاینده ای از طریق سرگرمی های خبری اش(۳) ــ لزوماً به ما نمی گوید که «درباره چه چیزی صحبت کنیم» بلکه می گوید «درباره چه چیزی صحبت می شود». طرف های مصاحبه ما احساس می کردند که این روابط در آن جا ها حاکم است و احساس می کردند که این ها، هم به خاطر آن چه می توانند درباره ماوقع بگویند مهم اند، هم در عین حال برای مطلع کردن ما از آن چه هر کس دیگری درباره اش صحبت می کند. البته، این تصور از رسانه ها به منزلهٔ مجموعه ای از ارز های فرهنگی مبادله،(۴) ایده جدیدی نیست ولی در بطن مصاحبه هایی که در دین و معنویت به منزلهٔ بافت های بدیل بالقوه معنا و ارزش کنکاش می کردند، می توانستم انتظار رویارویی با دیدگاه هایی

۱- Jay Leno و Daivid Latterman : کمدین های تلویزیونی آمریکا. (م.)

۲- نوشته های بسیار زیادی هستند که روی این موضوع تمرکز کرده اند و اکثر آن ها ریشه در ایده های بوردیو (۱۹۸۴) دربارهٔ سلیقه به عنوان ارز رایج مبادلهٔ فرهنگی دارند. هم چنین بنگرید به: Thompson (۱۹۹۵),P.۱۶

۳- infotainment

۴- cultural currencies of exchange

دور از هنجار را داشته باشیم ولی در عمل رویاروی نشدیم و در عوض، آن چه یافتیم عبارت بود از توافقی بین این گفتمان های رسانه محورِ پذیرفته شده و مسلم انگاشته شده و ارزش ها و آرمان های بدیل. پرسش این است که آیا چربِش بیشتر با گفتمان رسانه ای است یا با امر بدیل (یعنی بافت دینی یا معنوی). ما به زودی به این موضوع باز خواهیم گشت.

سومین سطحی که به نظر می رسد عمومیت(۱) رسانه ها در آن عمل می کند، مرتبط است با قابلیت های رسانه ها برای عرضه کردن مطالب وابسته به فرهنگ به شیوه های مؤثر و جذاب. ما در بحث خود از تجاربِ مصاحبه شونده ها در رسانه ها خاطر نشان کردیم که صرفاً جذابیت های بساوایی، حسی یا دیگر جذابیت های برخی رسانه ها، انگیزه ها برای طیف وسیعی از سلایق رسانه ای در میان آنان را توضیح می دهد. رسانه ها تا حدودی به این دلیل مؤثر می افتند [مخاطبان را به خود جلب می کنند] که خوش ساخت، چشمگیر و مناسب زمان و مکان شان هستند. ما معمولاً روی لذائذ گناه آلودی تمرکز می کردیم که در این جا از لحاظ منابع گناه با آن ها مواجه شده ایم ولی باید به یاد داشته باشیم که داستان واقعی، همان لذت است.

ریچل آلبرت، یک مسیحی بازمتولد که در فصل ششم ملاقات اش کردیم، پرونده های مجهول و سفر ستاره ای را تماشا کرد، برنامه هایی که به روشنی می دانست با دین مداریِ اظهار شده او جور درنمی آیند ولی،

۱- commonness

آن ها همان گونه برای او جذاب، گیرا و مجذوب کننده بود که برای میلیون ها انسان دیگر. این برنامه ها (و اغلبِ برنامه های دیگر) به این دلیل مؤثر می افتند که ایده ها و ارزش های مهمی را بیان می کنند و نشان می دهند که در درون فرهنگ به کار گرفته می شوند. ریچل و در واقع هر کس دیگری که در مصاحبه با ما شرکت کرد، از آن گفتمان ها کاملاً آگاه بود و از طریق مشارکت در باز نمایی هایی که تلویزیون از آن ها ارائه می کرد توانست تا حدودی در آن گفتمان ها داخل شود. تمایل او به گنجاندن گزارش هایی از این ایده در خودبیاگری خویش، ممکن است نشانه ای از این باشد که او درصدد است ایده هایی از هر دو منبع ـ فرهنگ فراگیر تر و ایمان دینی خودش ـ را تلفیق کرده و یک کل منسجم از آن ها بسازد.

از میان ایده هایی که در فصل های پیشین مورد توجه قرار دادیم، یکی هم مفهوم دوگانه باوری (ثنویت گرایی) و این عقیده بود که می توانیم بنا به مصلحت، دین (یا ایمان یا باور یا معنویت) و رسانه ها را حوزه های جدا از هم و جداشدنی تلقی کنیم. من بر آن بودم که باید از این اعتقاد فراتر برویم؛ چون احتمال می رفت که رسانه ها، در عصر رسانه، بیش از پیش در نقش تأمین کننده منابعی ظاهر شوند که به لحاظ دینی و معنوی معنی دار هستند. هر چند شواهدی دال بر این هستند که داریم از آن خط عبور می کنیم (و بحث مفصل ترِ آن، در سطور پایین آمده است) ولی ممکن است، بنابراین مصاحبه ها، راه هایی باشند که از طریق آن ها به نظر چنان نماید که حوزه های جدا از هم وجود دارند. یکی از این راه ها مربوط است به همین ایده فرهنگ های

مشترک. برخی از طرف های مصاحبه ما (به ویژه مؤمنان و جویندگان معنوی و سکولارها) به راحتی می توانستند تصور کنند که در رسانه ها چیز هایی از نظر دینی یا معنوی مهم هستند. برخی از سنت گرایان نیز همین احساس را داشتند. از نظر دیگرانی چون ریچل، بین منابع فرهنگی مرتبط با ایمان او و منابع فرهنگ فراگیر تر یک خط روشن وجود دارد. مهم این است که، حتی در مواردی چون مورد ریچل، منابع فرهنگ فراگیرتر می چربند یا حتی تا حدودی تعیین کننده اند. یک بار دیگر، آن چه به نظر می رسد دارد اتفاق می افتد چیزی است که ما، براساس تأملات نظری خود، پیش بینی کرده بودیم: این که مردم از دل طیفی از منابع به احساس قابل قبولی از خود خواهند رسید. با این حال، در بسیاری از مصاحبه های مان دریافتم که افراد احساس می کنند رسانه ها، بیشتر به لحاظ فرهنگی معنی دار هستند تا به لحاظ دینی یا به لحاظ معنوی. به نظر می رسید اغلب آن ها می توانند موقعیت خود شان، ایمان شان، ارزش های شان، رسانه ها و ادعاها یا مطالبه های فرهنگ فراگیر تر را به طور غیر ارادی مشخص کنند و مطابق با آن دست به تصمیم و گزینش بزنند. به این اعتبار، از نظر همه در همه موارد، رسانه ها به لحاظ دینی مهم هستند، ولی جای دین را نمی گیرند. هم چنین باید خاطر نشان کنیم که این گفتمانِ فرهنگی مشترک هم در تعامل های درون خانوار نقشی بر عهده می گیرد و هم در تعامل های بیرون از آن. درست همان گونه که افراد فرهنگی را که می توانند در تعامل شان با دوستان، همکاران و دیگران به آن دسترسی یابند و بیان کنند ارزشمند می دانند، بسیاری از خانواده ها نیز پیرامون این منابع

برای گفتمان های خودشان در خانوار تعامل می کردند.

رویه هـایی که در این جـا مـورد بحث قرار داده ایم، ظـاهراً ریشه در منطق هـای نفس هـا ی منفردی دارنـد که از دل طیفی از منابع فرهنگی، معنی دار می شوند و بسیار شبیه به یک نوع سویه پست مدرن اند که در آن، اشکالِ تثبیت شده و تعیین کننده جـامعه، جـای خود را به سـلیقه فردی و نفس گرایی(من گرایی) می دهـد. در این مصـاحبه ها ابـداعات، بازی ها و توافق های فراوانی هست. به نظر می رسد طرف های مصاحبه ما در حین رسـیدن به درکی از خود شان و زندگی شان، طیفی از دانش ها و ایده ها را به کار می گیرند. از بعضی لحاظ ها، یافتن مضامین، انگیزه ها یا نتایج نظام مند در این توصیف ها دشوار است. به نظر نمی رسـد که اشـاره ای آشـکار به حقـایق اجتمـاعی یا فرهنگی، تعیین کننـده پیامـد های معنایی باشـد. علایق اجتماعی یا طبقاتیِ بنیانی به راحتی بروز داده نمی شوند (هر چند به روشـنی در پسِ بخش عمده آن چه ما دیده ایم خوابیده اند) و به نظر نمی رسـد تاریـخ یا آموزه دینی، نقش تعیین کننـده ای در این فرآینـد بازی کننـد. اقتـدار روحانی عامل چنـدان مهمی نیست. پس، منطق های عمده کدام اند؟ چه نوع برداشت، ایده ها و دعوی های ارزش(۱) نظام مند را می توان دید؟

این سطحِ معنای فرهنگی، یکی از جاهایی است که در آن می توانیم تضادی را که پیش تر مورد بحث قرار دادیم ببینیم. تضاد بین ایده های گیدنز درباره نحوه ساختن معناهای نظام مند توسط نفس های مستقل،

۱- values claim

معناهایی که رو به سوی تکامل در بطن پست مدرنیته دارند و نگرانی های گرگن دربارهٔ بافت فرهنگی ای که به نظر مقاومت ناپذیر و مهار نشدنی می رسد. از روی آن چه در این جا دیدیم، ممکن است [بتوان] گفت که گرگن بیش از اندازه بدبین است. طیف منابع معنای فرهنگی که طرف های مصاحبه تجربه می کنند در واقع، حتی در خانوار های کمتر مرفه، وسیع است. وفور کانال های تلویزیونی، همه گیری فزاینده وِب و اینتر نت و مجموعه ای از تغییرات دیگر در بازار رسانه ای، رسانه ها را در مرکز این هیاهو قرار داده اند. ولی هم زمان با این، آن چه این نفس ها در سر دارند، منطق و نظم و نظامی دارد و فرهنگ مشترکِ وساطت یافته یکی از عناصر مهم آن است. یقیناً، چیز های زیادی هست که این مردم باید با آن ها رویاروی شوند، دست و پنجه نرم کنند و غربالشان کنند ولی قطعاً دست به انتخاب می زنند و قطعاً راه هایی برای توصیف خودشان به خودشان و به ما می یابند که در بافت های خودِ آن ها معنی می دهند و مقادیر زیادی از این [انتخاب یا توصیف یا هر دو] ، معطوف به آن چیزی است که فرهنگِ فراگیر تر مورد توجه قرار می دهد و برای آن ارزش قائل است و هم زمان با این، ایده ها و منابع بیرون از حوزه ای که ما بیشترین علاقه را به آن داشتیم ــ دین و معنویت ــ نیز شاخص ها و پایه هایی برای این خانوار ها فراهم می آورند. این که آیا این [فرآیند] برای تثبیت وضعیتی که گرگن را غصه دار کرده کفایت می کند یا نه، خارج از حوصله این تحقیق است.

می توانیم با بازگشت به یکی از منابع نظری خود،

عمـل گرایی/تعامل گرایی،(۱) بـه ایـن وضـعیت از منظر دیگری نگـاه کنیم. نظر من این بـود که یـک رویکرد تعامـل گرا این خودبیانگری ها را مـذاکره ای تلقی می کنـد که قصد از آن این است که این خودبیانگری ها هم در بافت های معین معنی دار شوند، هم در ربط با دعوی ها، ارزش ها، اصطلاحات و معناهای فراگیر ترِ [مستتر در] فرهنگ. این گونه توصیف ها، تقریباً بنا به تعریـف خودشـان، خـود را به سـوی چیز هـایی معطـوف می کننـد که از مشترکـات بـافت فرهنگی ای هسـتند که بسـتر این توصـیف هـا را تشـکیل می دهـد. مقادیر زیادی از مطالبِ مربوط به رسانه ها در روایت های ما، در این جا چنان که انتظار می رود در رده ای جـای می گیرنـد که مـا عنوان توصـیف هـایی از رسـانه هـا ــ یعنی ادعاها و برداشت ها درباره نقش و جایگاه رسانه ها و رویه رسانه ای در بافت وسیع ترِ ارزش های اجتماعی و فرهنگی ــ را بر آن نهادیم ولی هم زمان با این، طرف های مصـاحبه مـا آشـکارا با ایـده های مهمی که از طریق رسانه ها به آن ها می رسـند، دست و پنجه نرم می کننـد. قطعه ای که در پایـان فصـل نهم از دورین ریچـاردز آوردیم یـک نمونه است. او، بـا وجود چیزی که ممکن است تعبیر جـا افتاده ای از ارزش هـای اجتمـاعی مربوط به هم جنس گرایی باشـد، بـا برنامه مهمی که (البته در کنار تجربه شخصـیِ بی واسـطه او) به او کمک کرده است تا تجدید نظر در برخی از این ارزش ها را آغاز کند ارتباط برقرار می سازد. شاید بتوان توصیفِ

۱- pragmatism / interactionism : عمل گرایان، معنی و حقانیت معتقـدات ما را بر حسب نتایـج یا مضـمون عملی آن هـا تفسـیر می کننـد و تعامـل گرایـان معتقدنـد که دو قلمرو وجود دارد، یکی جـان یـا ذهن و دیگری تن، که با هم تعامل دارند. یعنی بر یکدیگر تأثیر می گذارند (بنگرید به فرهنگ اندیشه نو، انتشارات مازیار). (م.)

دورین را نمونه ای دانست از این که چگونه رسانه ها در مـدرنیته متاخر به خـدمت تضـعیف تدریجی ساختار ها و ارزش های فرهنگی و اجتماعیِ بنیادین درمی آینـد. این توصـیف، در عین حال، با وضوح بیشتر به نظر می رسـد نمونه ای از تحول ارزش های مربوط به یک موضوع اجتماعی مهم باشد که در موقعیت های مرکزی رسانه ها ظاهر شده است و با تجربه اجتماعی خودِ دورین پیکر بنـدی شـده و بدین ترتیب نقش نوعی بنیان را برای باور های در حال تحول او ایفا می کند. این نمونه ای است از این که چگونه امر مشترک ممکن است از بطن ناموزونیِ ظاهری فرهنگ سر برآورد. تعامل دورین با بافت اجتماعیِ خود، و با رسانه ها، به خـدمت فراهم آوردن دیـدگاهی درمی آینـد که او از طریق آن می تواند به ادراک نفسِ در حال تحول اش نائل آید.

مسئله حل نشده در این جا البته این است که آیا نسبت به این وضعیت باید خوشبین باشیم یا بد بین. دلیلی داریم که باور کنیم ــ برخلاف استدلالِ مبنی بر این که وضعیت پست مدرن فاقد مرکز ها و دیدگاه ها و منطق های نظم دهنده است ــ یک مرکز گرایی در جنبه هـای مربوط به فرهنـگ مشترکِ تجربه رسـانه ای وجود دارد. از میـان اظهار تأسف ها درباره وضـعیت پسـین ه مدرن(۱) یکی هم نگرانی درباره سیاست ورزی هویتی(۲) است که بیش از پیش عصرِ سیاسی را تعریف می کند. دین از این نظر یکی از بازیگران اصلی شناخته شده است. بنا به این استدلال، دین بیش از پیش به خدمتِ فراهم آوردن مرکز ها و منابع

۱- late-modern condition

۲- identity politics

بـدیل برای علایق و بینش ها درمی آیـد و به تکه تکه شـدن روز افزونِ مرکز فرهنگی یاری می رسانـد. شواهد موجود در این جـا قرائت بـدیلی را پیشـنهاد می کننـد. دین می توانـد چنین منـابعی را برای مرکز گرایی و معنا فراهم بیاورد و قطعاً فراهم می آورد و طرف هـای مصـاحبه مـا بی درنگ به درس هایی که از دین گرفته انـد و ارزشـی که دین برای شان دارد اشاره کردند ولی همزمـان با این، آن ها خود را بخشـی از یک گفتمان فرهنگی وساطت یافته بزرگ تر نیز تلقی می کردنـد. البته این لزوماً بـدان معنـا نیست که یـک اتفـاق نظر وجود دارد (به یـاد گلن دانگل در فصل چهارم می افتیم) ولی نمی توان گفت که، برای نمونه، محـافظه کـاران دینی ای که بـا آن هـا مصاحبه کردیم، در حاشـیه های فرهنگ منزوی شـده انـد. آن هاماننـد هر کس دیگری ــ به عنوان مخاطبان رسانه ها ــ در آن فرهنگ مشارکت می کنند.

توافق با رسانه ها و فرهنگ

اشاره

توافق با رسانه ها و فرهنگ

من، در فصـل چهارم، از رویکرد روایی در این تحقیق دفاع کردم و در آن جا گفتم که این گونه روایت ها روش اکتشافی ای عرضه می کنند که از طریق آن می توانیم روابط تعاملی رسانه ها، دین، معنویت و بافت به منزلهٔ منابع فرهنگی برای معنا سازی را ببینیم. هم چنین گفتم که تبدیل کردن پرسـش هویت به ایده تنظیم کننده اصلی این تحقیق مهم است. چون این کار فرصتی فراهم می آورد که از طریق آن می توانیم ببینیم که این عناصرِ گوناگون در ابراز وجودِ هویت کنار هم قرار

می گیرنـد. چنان که تا این جا دیـدیم، توصـیف فرآینـد معناسازی در این حوزه ها به منزلـهٔ یک توافق بین ایده ها، بافت ها و ادعاهـای غالبـاً نـاهمگون، کار معقولی بوده است. در موارد بسـیار، آن چه دیـدیم عبارت بوده است از شواهـدی دال بر تضاد هایی در میان این زنـدگی ها و این روایت ها، هم چنین شـیوه هایی که از طریق آن شـیوه ها، طرف های مصاحبه ما برای حل آن تضاد ها تلاش می کردند. این توافق ها از زمره جالب ترین و مفید ترین چیز هایی هستند که در مصاحبه های خود دیدیم. طرف هـای مصـاحبه ما، به میزانی بیش از آن که شایـد انتظار داشتیم، در روایت های خود حـدی از اسـتقلال بازتابنـده را در نحوه ساختن این خودبیانگری ها نشان می دهند. ما آشـکارا حدی از بازتابندگی را در این توصـیف ها پیش بینی می کردیم. گیـدنز می گویـد که این موضع گیری در برابر فرهنـگ یکی از چیز های مهم زنـدگیِ پسـین ٠مـدرن است. هم چنین، ما، هم براساس [آرای] گیـدنز و هم بر اساس دانش دینی [موسوم به] سـرمشق نوین(۱) پیش بینی می کردیم که حدی از اسـتقلال نیز دخیل خواهد بود.

تمایز ها

تمایز ها

به نظر می رسـد تمـایز، محور بسـیاری از این توصـیف هـا و توافق ها ست. موضع گیری در برابر رسانه ها یکی از نتایـج تمایز است. انبوهی از نوشـته ها در مطالعات مربوط به رسانه ها هستند که کانون توجه شان را تفاوت و تمایز و ارزش های اجتماعی آن ها تشکیل می دهند. طرف های

۱- new-paradigm

مصاحبه ما بر سر شماری تمایز های مهم اشتراکِ نظر داشتند.

بسیاری از طرف های مصاحبه ما، در طول طیفی از رده های دینی و اجتماعی، با این توصیفِ غالب از رسانه ها که رسانه های تصویری ارزش کمتر، یا سؤال برانگیز تری نسبت به رسانه های دیگر دارند، موافق بودند.

همان گونه که به یاد داریم، پریسیلا کاستلو این را در فصل پنجم توضیح داد. این مطلب به ویژه دربارهٔ تلویزیون صادق است ولی همه رسانه های بصری نیز، بر خلاف رسانه های دیگر، مانند کتاب، کم و بیش در معرض سوء ظن هستند. تنها استثناء البته فیلم است و فیلمِ جدی از زمره رسانه هایی است که از نظر اغلب طرف های مصاحبه ما به لحاظ معنوی و اخلاقی کاملاً معنی دار بود. در مصاحبه های ما، کسانی که ما جویندهٔ معنوی، مومنین معاصر و سکولاریست می نامیم، تمایلی به این دیدگاه در باب رسانه ها داشتند ولی هم زمان با این، والدین عمدتاً معتقد بودند که کتاب ها و آثار چاپ شده، رسانه ای به مراتب بهتر، به ویژه برای کودکان، هستند.

یکی دیگر از تمایز های جالب آن است که، هم زمان با این، به نظر می رسید اغلب طرف های مصاحبه ما می خواهند با آن چه ما ممکن بود به هنگام طرح پرسش مربوط به رسانه ها، احساسات اصیلِ دینی یا معنوی بنامیم، ارتباط برقرار کنند. ما دیدیم که برای طرف های مصاحبه ما برقراری ارتباطِ آسان و بدون مشکل با این چیز ها چقدر دشوار است. ما برای پی بردن به پرسش های مربوط به رسانه های واجد معنای معنوی، شیوه های جور واجوری را به کار گرفتیم. غالباً، تنها پس از گفت وگو های مفصّل بود که طرف های مصاحبه ما می توانستند این گونه

تجارب را توضیح دهند. عمدتاً، وقتی آن ها از پس این کار برمی آمدند، شاهد مثال شان را از موسیقی می گرفتند؛ هر چند مثال هایی از فیلم ها، کتاب ها و منابع دیگر نیز بود. آوردنِ مثالی از تلویزیون دشوار تر بود، ولی برخی از مثال هایی که در اشاره به تلویزیون آورده شدند به ویژه جالب بودند، برای نمونه دست کم از نظر دو تن از مردمانی که طرف مصاحبه ما بودند و شرح شان در این کتاب آمده،(۱) [مجموعه برنامه های] اندی گریفیث برنامه های با اهمیتی بود. بدون شک تمایز مربوط به رسانه های تصویری، مانند انواع دیگر این تمایز ها، توصیف پذیرفته شده ای از رسانه هاست که وجه اشتراک عمده اش فرهنگ است. چنان که در جای دیگری اشاره کرده ام،(۲) خوار شمردن تلویزیون و رسانه های بصری در گفتمان آموزشی و تربیتی، امری معمولی است. اهمیت فیلم را در همه توصیف ها می بینیم.(۳) فیلم از دیر باز در اغلب محافل نخبه، دست کم به طور بالقوه به شأنِ نوعی هنر دست یافته است و از این رو رسانه ای مرتبط با سطح عمیق ترِ معنا تلقی می شود. موسیقی از چنین شأنی برخوردار نیست ولی شاید بتوان گفت که موسیقی ممکن است عملاً همان وجهی باشد که صرفاً به لحاظ دینی و معنوی، واجد معنای خاصی است. موسیقی که به روشنی یکی از تودارترین شیوه ها ی بیان است ــ که پیش تر بدان اشاره کردم ــ از دیر باز

۱- و دیگرانی که با آن ها مصاحبه کرده ایم و نامشان در کتاب نیامده است.

۲- Lee Hood, Lynn Schofield Clark, Joseph G. Champ, and Diane F. Alters, "The Case Studies: An Introduction," Chapter Five in Hoover et al. (۲۰۰۴).

۳- "the significance of film is a related account of

نقشی صوری در آیین و تکالیف دینی داشته است ولی می تواند وارد محیط های غیر صوری و تلویحی نیز بشود. دست کم از منظر مصاحبه های ما این گونه به نظر می رسد.

یک عنصر مهم دیگر البته این واقعیت است که در سال های اخیر، یک اقتصاد سیاسی که همان موسیقی دینی عامه پسند باشد، در قالب موسیقیِ مسیحیِ معاصر (CCM) ظهور کرده است. چنان که دیدیم، CCM از نظر بسیاری از طرف های مصاحبه ما، به ویژه جوانان در خانوار های بازمتولد، منبع بسیار مهمی بود. با این حال، فقط آن ها نبودند که موسیقی را عنصر مهمی تلقی می کردند.

یکی دیگر از مجموعه تمایز های مهمی که طرف های مصاحبه ما قائل می شوند، تمایز بین خودشان و «آن دیگران» بود. بسیاری، به شیوه ای که بی شباهت به تأثیر شخص سوم(۱) در مطالعات رسانه ها نبود،(۲) می توانستند در خصوص این پرسش ها، هویت خود را به واسطه این که چه کسی نیستند، تعیین کنند؛ برای نمونه، اغلب والدین، خود را متمایز از والدین دیگری تلقی می کردند که نفوذ درستی بر زندگیِ رسانه ایِ کودکان شان اِعمال نمی کردند ولی آن چه برای طرح ما در این جا مهم تر است، تمایزهایی بودند که با ارجاع به ارزش ها و نگرش های دینی معطوف به رسانه ها به عمل می آمدند. این تمایز ها در میان مومنین معاصر و جویندگان معنوی و سکولاریست ها ی ما که نگرش درباره رسانه را یکی از شاخص های مهم هویت یابیِ دینی تلقی می کردند،

۱- Third-person effect

۲- Cf. Davison (۱۹۸۳)

رایج تر از گروه های دیگر بود. عده ای، با اشاره ای آشکار به این که مردم عموماً محافظه کاران دینی را افرادی می دانند که در برخوردشان با رسانه ها مواضع اخلاقی به خود می گیرند و در رسانه ها بیشتر نگران سکس هستند تا خشونت، بسیار به خود می بالیدند از این که بدین لحاظ از آن ها متمایز می شوند. به نظر می رسید با افتخار می گویند، «ما اخلاق گرا نیستیم، و از این طریق از محافظه کاران دینی متمایز می شویم».

برخی از طرف های مصاحبه ما علاقه خاصی نشان می دادند به روشن کردن این امر که آن ها در تلویزیون بیشتر نگران خشونت هستند تا سکس و این هم راهی بود برای توضیح این که در کجای این قلمرو دینی ــ فرهنگی ایستاده اند. به نحوی جالب، و سازگار با آن چه پیش تر درباره فرهنگ مشترکِ رسانه ها گفتم، به نظر می رسید که هم مسیحیان بازمتولد هم جزم اندیشان (دو گروهی که قرار است در این خصوص بیش از بقیه محافظه کار باشند) احتمالاًـ بیشتر نگران سکس بودند تا خشونت، هرچند نه به شکلی آشکار. یکی از اشتراکات در میان مصاحبه های فصل های ششم و هفتم عبارت بود از نگرانی مشترکی که والدین درباره سکس و خشونت، هردو، داشتند. ولی مسئله جالب در همه این موارد این است که منش استنباط شده، نقش یک شاخصِ عموماً قابل فهم برای تفاوت دینی را برعهده می گیرد.

یکی از غیر مترقبه ترین و جذاب ترین تمایز هایی که دیده ایم، خوارشماری تقریباً همگانیِ پخش برنامه های دینی در این مصاحبه هاست. در وهله اول، زیاد می دیدیم که وقتی طرف های مصاحبه

درمی یافتند که ما علاقه مند به رابطه بین رسانه ها و دین هستیم، گمان می کردند منظور تبلیغ مسیحیت از طریق تلویزیون است. با پیش روی مصاحبه ها، درمی یافتیم که حتی مسیحیان بازمتولد و اونجلیست ما، با وجود دانش زیاد شان درباره برخی انواع تلویزیون دینی، در صدد برمی آیند خود را از آن نوع رسانه ها مبرا کنند. به روشنی، حدی از نکوهش اجتماعی مرتبط با تبلیغ مسیحیت از طریق تلویزیون در فرهنگ به طور عام وجود دارد. جالب است که می بینیم چنین احساسی شامل مخاطبانی که به احتمال زیاد باید بینندگان و شنوندگان [این برنامه ها] باشند، نیز می شود. به استثنای برنا مه های رادیویی سازمان تمرکز (حمایت از) بر خانواده و رسانه های مخصوص کودکان مانند مجموعه داستان سبزیجات، نمونه های چندانی حاکی از این که رسانه های دینی به طور آگاهانه اهمیت زیادی در این روایت ها دارند پیدا نکردیم. سردمداران تله ونجلیسم معرفی و نکوهش می شدند. هر چند اشاره ای کلیشه ای به تلویزیون دینی در برخی از مصاحبه ها دیده شد ولی تلویزیون دینی هرگز در مقام آن نوع برنامه سازی جالب، جذاب یا ارزشمندی که حتی اونجلیست ها در رسانه های سکولار می یافتند، مطرح نشد.

از نظر برخی، یک برنامه دینی هر از گاهی ارزشمند بود ولی شبکه PAX و برنامه های احساساتی و ملایم [عاری از عناصر زننده] در شبکه های هالمارک، حتی از نظر آن ها، ارجح بودند. این یافته، در کنار آن چه دربارهٔ روابط بین هویت دینی و رسانه های فرهنگ فراگیر تر ـ فرهنگ سکولار ـ گفتیم در نظر بگیریم، حائز اهمیت است. البته این

حرف که رابطه ای قیاسی(۱) بین ارزش هـای دینیِ محافظه کار و پخش برنامه های دینی وجود دارد، سـخن پیش پا افتاده ای است. این پدیـده البته بـا ظهور تبلیغ مسـیحیت از طریق تلویزیون و نقش آن در برآمـدن جنبش نوـ انجیلی مرتبط است. با این حال، شواهدی که در این جا می بینیم حکایت از واقعیت متفاوتی دارند.

کسانی که حافظه شان به گذشـته های دورتر قـد می دهـد، ممکن است بگوینـد که تبلیغ مسـیحیت از طریق تلویزیون، حتی با وجود مخاطبـان بـالقوه اصـلی اش، به دلیل رسوایی هایی که در اواخر دهـۀ ۱۹۸۰ این صـنعت را به لرزه درآورد، موفق نیسـت ولی در این جا شواهـد چندانی دال بر این عدم توفیق ندیدیم. بلکه، آن چه مورد اعتراض مردم در خصوص تبلیغ مسـیحیت از طریق تلویزیون است، چیز های خاصـی هسـتند که به فرم این ژانر به صورتی که آن ها می فهمند، برمی گردند؛ برای نمونه از نظر جی میلیکن و کارل کالاهان، این برنامه ها بیش از حـد به مغلق گویی و اصول تنـدرستی و ثروت اختصاص یافته انـد. این برداشت از تبلیغ مسـیحیت از طریق تلویزیون که در این جـا می بینیم، سازگـار بـا عقایـدی است که تـد اولسن در فصل نهم به اونجلیست ها جریان غالب نسبت می دهد.

اولسن، پت رابرتسن و جری فالول ـ چهره های تله ونجلیسم ـ را نکوهش کرده و می گوید:

آن ها مایل اند رسانه های سکولار توجهی بیش از آن که

۱- syllogistic

استحقاق شان است به آن ها معطوف کنند؛ چون چهره هایی تلویزیونی هستند.

او معتقـد است که افکـار عمومی ِ اونجلیکـال متعلق به جریـان غالب یا اکثریت، آن ها را مقاماتِ صـلاحیت دار به شـمار نمی آورد. در تایید این مطلب، وقتی در برخی مصاحبه ها به تله ونجلیسم می رسیدیم، در اغلب موارد صحبت از TBN و بنی هین به میان می آمد. در هیچ یک از مصاحبه های ما با بازمتولدها یا جزم اندیشان، اشاره ای به رابرتسن و فالول نشد.

یک موجودی نمادین

یک موجودی نمادین

به جز تمایز های ایجاد شده، موضوعات دیگری نیز هستند که در توافق های مشاهده شده، نقش مهمی بر عهده دارند. یکی از انتظـاراتی کـه در آغـاز تعیین کرده بـودم، مربـوط بـود به نقشـی که رسـانه هـا ممکن است در فراهم آوردن نـوعی موجـودی نمادین(۱) برای عمل معناسازی ای داشته باشـند که سـرشار از بار دینی است. چنان که بعداً با تفصـیل بیشتری خواهیم گفت، نمونه های بسیاری از رسانه ها یی را سراغ داریم که به این نحو کار می کنند.

با این حال، مهم است خاطر نشان کنیم که به نظر می رسد رسانه ها، از لحاظ شـیوه یا سبک توافقی که دیده ایم، در دو سطح اهمیت دارنـد. آن هـا، افزون بر موجودی نمـادین، یـک بـافت نیز هسـتند. بخش عمـده آن چه پیش تر دربـارۀ انتقـال فرهنگ مشترک توسط رسانه ها گفتیم،

۱- Symbolic Inventory

ریشه در این تعبیر از بافت دارد. فرآیند ها و رویه های مشروعیت بخشی به ایده ها و ارزش های گوناگون در رسانه ها، متمضن یک توافق بین این دو تعبیر از رسانه هاست.

جودی کروز، در فصل چهارم، نمونه خوبی بود؛ چون گفتمان های وساطت یافته دربارهٔ علم و داستان خیالی را به بوتهٔ سنجش می گذاشت. جودی هم چنین نمونهٔ خوبی است از جنبه دیگری که در توافق ها می بینیم و آن این است که انواع چیز هایی که در این روایت ها به لحاظ دینی و معنوی با اهمیت تلقی می شوند، اغلب کاملاً دور از انتظارند. بخش عمده مطالبی که به آن ها اشاره شد قابل پیش بینی است و سرآغازِ آن ها طیفی از برنامه هایی است که احساساتی و ملایم می نامیدیم؛ چیز هایی چون خانه ای کوچک در مرغزار، کریستی و آسمان هفتم. بعضی برنامه ها، به ویژه برنامه دینی، از لحاظ غیبتشان از این بحث ها، در خور توجه بودند ولی پیرامون طیف وسیعی از مطالبِ ورای این ها نیز صحبت می شد: همه چیز از علم و داستان خیالی گرفته تا ماجراهای گوتیکِ(۱) اسرار آمیز تا فیلم های خشنی چون شجاع دل، تا خانواده سیمپسِن و تا مونتی پایتون و جام مقدس. از یک لحاظ، این دست چین کردن مطالب برای صحبت، یکی از شیوه های تمایزی است که پیش از این درباره آن سخن گفتیم.

یک نکته مهم در تمایز اجتماعی بین تری آلبرت، پدر مسیحی بازمتولد که از شجاع دل نام برد و شریل مورفی، مادر سکولار ی که

۱- gothic ، سبک نوشتاری ای که در اواخر قرن ۱۸ محبوبیت داشت و حاصل آن داستان هایی است که ماجرای شان در مکان های دور افتادهٔ ترسناک می گذرد.(م.)

انگشت روی گانـدی گـذاشت، مربـوط به گزینش هـای آن هـاست. این امر، مفهوم اسـتقلال را که در آغـاز مورد بحث قرار دادیم برجسـته می کنـد. منطق این مصـاحبه هـا، به جای چرخیـدن به دور مجموعه ای از ایـده ها درباره این که چه چیز ی در رسانه ها با اهمیت است یا باید باشد، بر روی گزینش مستقل متمرکز شده است.

رویهٔ بازیگوشانه

رویهٔ بازیگوشانه

در قلب پرسـش های مربوط به استقلال و گزینش، موضوع دیگری در این توافق ها جای گرفته است: انتظار یا توقعی که ریشه در بخش عمـده گفتمـان های پـذیرفته شـده درباره رسانه ها دارد. انواع و اقسام مقامات فرهنگی، از جمله معلمان، روحانیون، مربیـان دینی (و اسـتادان دانشـگاه)، رویه مصـرف رسانه ها ــ به ویژه در سـطح گزینش برای دیـدن ــ را چیزی از قماش یک فرآینـد مشورتی یـا آگاهانه تلقی می کننـد. طیف وسـیعی از گفتمانِ غیر حرفه ای درباره رسانه ها، هم چنین بسـیاری از ایـده های مسـتتر در قلب جنبش به اصطلاح سواد رسانه ای، بر این فرض اند که مردم در تصمیماتشان بر سر این که در حوزه رسانه ها چه چیزی را تماشا کنند و چه کاری انجام دهند، طیفی از ایده ها و ارزش ها را به میدان می آورند. در مقابل، بخش عمده آن چه در این جا دیده ایم، به نظر می رسد بیشتر بازیگوشانه باشد تا مشورتی. پیش تر اشاره کردیم که مردم در این جا تمایل دارنـد رسانه ها را چیزی تلقی کننـد که آن ها صـرفاً با آن ور می روند. به نظر می رسد شـیوه عمل آن ها در این ور رفتن، از منطق خودش پیروی می کند، نه از نوعی روند شناختی، مشورتی یا

آگاهانه ای که احتمالاً خواسته ایم یا توقع داشته ایم.

کودکان و استقلال

کودکان و استقلال

یکی دیگر از موضوعات مربوط به توافق، زمانی به ظهور می رسد که می خواهیم ببینیم مردم در مصاحبه ها چه تصوری از خودشان در مقام والدین و از رابطه مناسبِ بین رسانه ها و دین/ معنویت در ربط با کودکان دارند. (۱) چنان که در فصل هفتم خاطر نشان کردیم، بسیاری از خانواده هایی که ممکن بود انتظار داشته باشیم موضعی اخلاقی در قبال رسانه ها بگیرند؛ یعنی بازمتولد ها و جزم گرایان، همگی چنین موضعی نمی گیرند. به ویژه مؤمنانِ بازمتولد معمولاً اکراه داشتند از این که احساس کنند محافظت کودکان شان از گزند رسانه های بد بر عهده آن هاست. حتی گلن دانگل، که از نظر ما یک جزم گرا بود، دیدگاهی را بیان می کرد که می توان آن را در ربط با رسانه ها و کودکان تربیتی(۲)_ در برابر پیشگیرانه(۳)_ نامید. کارل کالاهان در فصل ششم گفت که «ما می خواهیم آن ها بدانند که زندگی پر از گزینش هاست». این تصور که تربیت فرزند یعنی «کمک به کودکان برای دست زدن به گزینش های رسانه ایِ مستقل ِ مناسبِ حالِ خودشان» ، همراه با مضمون فراگیرِ گزینش مستقل _ که پیش تر دیدیم _ در سراسر این مصاحبه ها خود را به رخ می کشند. به نظر معقول می آید که بزرگسالانی که احساس

۱- Cf. Davison (۱۹۸۳)

۲- pedagogical

۳- prophylactic

می کنند از استقلال و قدرت لازم برای اتخاذ تصمیم های خودشان و رسیدن به نتیجه گیری های خودشان برخوردارند، نقش خود را کمک به کودکان شان برای کسب همان مهارت ها بدانند.

ما، به دلیل فرضیه های پذیرفته شده درباره رابطه بین طبقه اجتماعی و ایده های مربوط به تربیت فرزند، می بایست چنین دیدگاهی را در مصاحبه های خود از مؤمنان معاصر و جویندگان معنوی انتظار می داشتیم. هم چنین می بایست انتظار می داشتیم که والدین محافظه کار در قبال کودکان خود اخلاق گرا تر و سخت گیر تر باشند. برعکس، تقریباً همه والدین در این جا، در طول طیف طبقه بندی روف یک توصیف از رسانه ها بیان کردند، مبنی بر این که نقش مناسبِ والدین در زمینه رسانه ها عبارت است از مجهز کردن کودکان شان به مهارت ها و ارزش هایی که برای دست زدن به گزینش های خودشان بدان ها نیاز دارند، نه تلاش در راه محافظت آن ها از گزند چیز هایی که نباید ببینند. این حتی دربارهٔ والدینی صادق بود که در شرایط دیگر اخلاق گرا ترین توصیف ها از رسانه ها را بروز می دادند. به نظر می رسد که، در زمینه فرهنگ مشترکِ همه گیر رسانه ها، در حالی که کمتر کسی از والدین تصمیم گرفته است که دور رسانه ها را به طور کلی خط بکشد، اغلب آن ها به این نتیجه رسیده اند که واکنش مناسب عبارت است از آماده کردن کودکان شان به تعامل با آن، نه تلاش برای پرهیز از آن.

طبقهٔ اجتماعی

طبقهٔ اجتماعی

ما، تا این جا، نه به اجمال و نه به تفصیل، پرسش های مربوط به طبقه

اجتمـاعی را به بحث نگذاشـته ایم. هر چنـد موضوعـات طبقه و منـافع طبقـاتی، شـالوده بخش زیـادی از بررسـی هـای فرهنگ گرایانه رسانه ها را تشـکیل می دهنـد ولی من در این جا، برای به کرسـی نشاندنِ تعبیری از این امر که چگونه منابع مسـتقر در اعتقـادات و تجـارب دینی و معنـوی به کـار گرفته می شونـد، از رویکردی دفـاع کرده ام که به ورای پرسـش هـای مربـوط به سلا‌یق و رویه های طبقاتی ــ که کانون توجه تلاش های دیگر بوده انـد ــ نظر دارد. شـکی نیست که پرسـش های مربوط به طبقه و دیگر رده هـای اجتمـاعی، نقشـی بر عهـده دارنـد. هر چنـد تحلیل کامل مسائل طبقاتی خارج از چهارچوب این تحقیق است ولی یک حوزه که طبقه ممکن است نقش کاملاً مهمی در آن ایفا کند، مربوط است به سـلائق و گزینش های رسانه ایِ اظهارشده ای که دیده ایم. دیدیم که چگونه گزینش های رسانه ایِ طرف های مصاحبه ما، در برخی موارد تن به یک ارتباط منطقی بـا ارزش هـای دینی آن هـا نمی دادنـد ولی برای نمونه، دربـارهٔ جی میلیکن یـا مولر، می توان گفت که برخوردشان با رسانه ها شایـد بیش از آن که بیانگر اعتقادات دینی آن ها باشـد، تا حد بسـیار زیادی بیانگر سـلائق و منافع طبقه اجتماعیِ آن هاست. در یک جا پرسـیدیم «چه چیزِ اساساً دینی در گزینش های رسانه ایِ آن ها هست؟» پاسـخ دادند، «هیچ چیز». از طرف دیگر، همین را دربـارهٔ برخی از ترجیـح های سـلیقه ای در میان جوینـدگان معنوی و سـکولاریست های ما نیز می توان گفت. این البته مربـوط است به موضـوع رسـانه به مشابه فرهنـگ مشـترک. چنـان که پیش تر گفتم، احسـاس می شود که رویه هـای مشاهده شده در این جا، بیشتر جهت گیری فرهنگی دارند تا دینی. از

آن جا که سلایق طبقاتی ریشه در آن فرهنگ فراگیرتر دارند، در مرتبط کردن بسیاری از طرف های مصاحبه ما با آن فرهنگ نقشی ایفا می کنند.

در فصل هفتم فایده ای را که رده بندی روف برای تحلیل ما در این جا دارد، ملاحظه کردیم. هر چند از نظر ما مقایسه هایی که در آن جا می توانستیم به عمل بیاوریم ارزش زیادی داشتند، با وجود این مشاهده کردیم که همسانی های بین رده های گوناگون از بعضی لحاظ جالب تر از تفاوت ها هستند. چنان که دیدیم، این منجر به پیدایش تعبیری از رسانه ها شد که آن ها را مرتبط با برداشت های افراد از فرهنگ مشترکی (به صورتی که منظور نظر ما بود) می داند که مردمانِ جای گرفته در رده های دین و معنویت رو به سوی آن دارند ولی در این تحلیل ایده های روف از چند طریق کاملاً پشتیبانی شده اند. اصلی ترین آن ها برداشت او از فرهنگ جوینده(۱) یا جست و جو(۲) است. چنان که گفته ایم، روف نشان داده است که روحیه جویندگی، ریشه در واقعیت اجتماعی بنیادینِ مدرنیته دارد. او، به ویژه، به ایده های گیدنز دربارهٔ نفس و بازتابنده بودن اش و جست وجوی آن در پی کمال اشاره می کند. از یک لحاظ، دین مداریِ جویندهٔ همان گیدنز، تعمیم یافته به دینِ پسین مدرن است. آن چه در این جا دیده ایم این ایده ها را تایید می کند. تقریباً همه طرف های مصاحبه ما شکل یا سطحی از قریحه پویش را بروز می دهند. این حتی در میان افرادی از رده های روف که احتمالاً باید بیش از همه

۱- seeker

۲- quest

رو به سوی اقتدار نهادی، عقیدتی یا روحانی داشته باشند، نیز دیده می شود. بازمتولدها و حتی برخی از جزم گرایان در این جا خود را اصلی ترین عنصر معناسازی دینی شان معرفی می کنند و تعداد قلیلی، اگر اصلاً چنین کسانی باشند، مایل هستند اقتدار را به هر کسی تفویض کنند تا از جانب آن ها تصمیم بگیرد.

موجودی نمادین چیست؟

موجودی نمادین چیست؟

یکی از مهم ترین پرسش ها در این جا از سرشت آن مطالبی است که در رسانه ها وجود دارد و به لحاظ دین و معنویت معنادار تلقی می شود. در یکی از فصل های پیشین گفتم که یکی از کار هایی که از این روایت ها برمی آید، آن است که به ما امکان دهند تا خود را با این طرف های مصاحبه هم سو کنیم، همراه با آن ها به گذشته نگاه کنیم و رو به رسانه ها، درکی از آن چه آن ها در آن جا می بینند و تجربه می کنند به دست آوریم. ما پیش از این، منطقِ دین را معرفی کردیم و گفتیم که این منطق راهی است برای فهم آن چه در موجودی نماد ها، ایده ها و ارزش های موجود در رسانه ها (در این جا رسانه های مربوط به این پرسش ها) وجود دارد. اگر به جای این، یک رویکرد استقرایی تر ــ برای نمونه، یک تحلیل محتوایی صوری ــ اتخاذ می کردیم، بخش عمده آن چه را که در این جا مورد بحث قرار داده ایم از نظر دور می داشتیم. برای نمونه، مجموعه برنامه ها و دیگر مواد رسانه ای را که از نظر طرف های صحبت ما در این جا معنادار بود از نظر دور می داشتیم ولی در

غیر این صورت هم آن ها را از نظر دور می داشتیم؛ چون از لحاظ صوری به هیچ شکل، دینی به نظر نمی رسیدند. هم چنین شیوه بازیگوشانه و غیر مستقیم و حساب نشده ای را از نظر دور می داشتیم که آن ها از طریق آن با رسانه هایی که از نظر خودشان مهم و قابل اعتماد هستند، ارتباط برقرار می کنند.

یکی از رده های اصلی مطالب در حوزه رسانه ها البته رویداد های رسانه ای از نوع حوادث ۱۱ سپتامبر، اُکلاهماسیتی و کلمباین هستند. رسانه ها به طرق مختلف و در زمان های مختلف در سیلان زندگی روزمره و تجربه روزمره وقفه ایجاد می کنند و اخبار و رویداد های دیگری را که ممکن است از نظر معنوی یا دینی مهم باشند به میان می کشند. در این جا شواهدی در دست است که نشان می دهند مردم این گونه وقفه ها را می فهمند و به آن ها واکنش نشان می دهند؛ هر چند سطح علاقه مندی شان به آن ها ممکن است پایین تر از آنی باشد که ما بر اساس نوشته های تحقیقی مختصِ رویداد های رسانه ای، آیین رسانه ای و افسون شدن از طریق رسانه ها انتظار داشتیم ولی هم زمان با این، طیف بسیار وسیعی از رسانه ها از نظر طرف های مصاحبه ما به لحاظ دینی و معنوی با اهمیت هستند.

افزون بر نمونه های کم و بیش فردی(۱) که کسانی چون جودی کروز ارائه می کردند، شماری از برنامه های تلویزیونی هستند که طرف های مصاحبه ما آن ها را به عنوان برنامه های مهم تماشا می کنند. دو

۱- بحث مفصل والد بودن فرزند در ربط با این پژوهش و برخی از همین منابع اطلاعاتی را در کتاب هوور و همکاران (۲۰۰۴) خواهید یافت.

مجموعه ای که از بقیه نمایان ترند ماجرای خانوادگی آسمان هفتم و انیمیشن خانواده سیمپسن هستند. هر چند عمدتاً آن ها را نمونه هـای مهمّی از حضور دین در رسـانه ها تلقی می کردنـد ولی به وضوح در میان طرف های مصاحبه ما اتفاق نظر بر سـر این برنامه ها وجود نداشت.

به نظر می رسید عـدهٔ زیـادی بر این نظرنـد که احساسات گرایی آسـمان هفتم یکی از عناصـر مهم دخیل در اهمیت یافتن آن است و در عین حال به این عنصر صوری که برنامه دربارهٔ خانواده یک کشیش است اشاره می کردند و می گفتند که بنابراین بایـد ـ تـا حـدی ـ برنـامه ای آشـکارا دینی به حسـاب بیابـد. ولی چنـان که کسان زیادی خاطر نشان کرده انـد، دین مـداری خانواده از جنبه های اصـلی این برنامه نیست و به نظر می رسـد از دیـد مصاحبه شوندگانی که نظر مثبتی به آن برنامه داشـتند، نکته مهم تر صـفا و خوش قلبی آگاهانه آن است. در مقابل، خانواده سـیمپسن بسـیار جدل انگیز است. در حالی که به نظر می رسـید تنها خانوار های محافظه کار تر (بازمتولدها و جزم گرایان) با نظر مثبت از آسمان هفتم یاد می کنند، هم محافظه کاران هم لیبرال ها (یعنی، مومنین معاصـر، جویندگان معنوی و سـکولاریست ها) خانواده سـیمپسن را دیده بودند و درباره آن اظهار نظر می کردنـد ولی طیف جـالبی از دیـدگاه هـا در میـان محافظه کاران هست که در آن، برخی این برنامه را تجسـمی از همه بدی های تلویزیون توصیف می کنند و دیگران بینندگان

همیشگی آن هستند و از آن لذت می برند.(۱) از یک لحاظ این برنامه به ما کمک می کند تا برخی تفاوت ها و تضا دها در بین خانوار های مان را مشخص کنیم. هم آن هایی که بیش از همه به فرهنگ فراگیرتر علاقه داشتند، هم آن هایی که می توانستند به جای این که آن را یک برنامه واقع گرا تلقی کنند آن را از لحاظ طنز و استعاره اش در نظر بگیرند، چنان که انتظار می رود با نظر تایید آمیزی درباره خانوادهٔ سیمپسن سخن می گفتند. برنامه های دیگر نیز به خاطر فحواهای دینی آشکار و آگاهانه شان در مصاحبه های ما ظاهر شدند. از جمله این ها، نظرکردهٔ فرشته، بافی خون آشام کش و جابه جایی با جان ادواردز هستند.

به نظر می رسید، همراه با طیفی از منابع غیر قابل انتظارِ ذخایر نمادین در رسانه ها (مثل ترميناتور، اندی گریفیث، کشتن مرغ مقلد، پرونده های مجهول، سفر ستاره ای و...)، شواهد زیادی حکایت از موجه بودن تصوری دارند که بر اساس آن رسانه ها نقش نوعی موجودی نمادین را ایفا می کنند.

یک بار دیگر، برگردیم به رویکردی که در این جا اتخاذ شده است: چیز های موجود در این موجودی که مهم به حساب می آیند آن هایی هستند که در بطن روایت های بیان شده طرف های مصاحبه مهم تلقی می شوند. این که چیزی چون آسمان هفتم به دلیل ویژگی های صوری پی رنگش، به لحاظ دینی مهم تلقی می شود، قضاوتی است استوار بر

۱- در حقیقت خانوادهٔ سیمپسن، یکی از برنامه های بسیار مورد علاقه در ارتباط با حوزهٔ نظریات معنویت و دین، در دههٔ گذشته و حال بوده است. (Pinsky ۲۰۰۱) همکارانم دایان آلترز و لی هود توجه پژوهشگرانهٔ خوبی به این برنامه در فصل هشتم کتاب رسانه، خانه و خانواده داشته اند.

مهم تلقی شدنِ آن در مصاحبه های ما.

در نگرهٔ دین و رسانه ها که در فصل سوم بسط دادم، گفتم که ممکن است از نظر ما، رسانه ها منبع کاملاً ـ بارآوری از امکانات نمادینی باشند که از طریق وجوه تجربه دینی بروز پیدا می کنند. وجوه تجربه دینی ای که اقتدار روحانی در طول دوره ای در اواسط قرن بیستم سرکوبش کرده بود. از جمله این وجوه امر بصری، بدن، اشیاء، آیین، موسیقی، و خود تجربه هستند. من در آن جا نشان دادم که اگر رسانه ها دارند به سوی جایگاه مرکزیت در بیان و تجربه دینی حرکت می کنند، شاید بتوانیم شواهدی از این وجوه تجربه را که نقشی در پیوند زدن افراد به آن فرآیندِ در حال تکوین ایفا می کنند، بیابیم. چنان که دیده ایم، وضع در سطح خانوار، قدری ظریف تر و پیچیده تر از آن است. شکی نیست که رسانه ها از چندین لحاظِ مهم در معناسازی در سطح خانوار ادغام شده اند و رسانه ها قطعاً طیفی از امکانات نمادین را در اختیار پویشِ دینی و معنوی معاصر قرار می دهند ولی در این جا شواهد زیادی مبنی بر این که رسانه ها ذاتاً خود را در این فرآیند ها می گنجانند نداریم. بدین ترتیب یک ایده تحول گرایانه دربارهٔ نقش رسانه ها در مدرنیته متاخر ــ این که وجوه وساطت یافته تجربه ممکن است به خوبی به رسانه ها این امکان را بدهند که برخی از نقش ها و کارکرد های دین را بر عهده بگیرند یا تبدیل به دین شوند ــ در این جا تکیه گاه آشکاری ندارد.

در مصاحبه های ما چند نمونه از وجوه سرکوب شده گوناگونی که در معناسازی دینی و معنوی نقش مهمی ایفا می کنند وجود دارد. برای نمونه، در فصل پنجم، بوچ کاستلو سخن از معدودی تجربه رسانه ای به

میان می آورد و به ویژه به امر بصری و تجربه اشاره می کند. چنان که گفته ایم، بسیاری از طرف های مصاحبه ما هم چنین گفته اند که از نظر آن ها موسیقی از لحاظ دینی و معنوی وجه مهمی از تجربه است. به یک طریق می توان دید که فهرست وجوه سرکوب شده از نظر جویندگان معنوی ای چون بوچ به طور بالقوه مهم تر از وجوه دیگر است (معمول ترین وجوهی که در مصاحبه ها به آن ها اشاره شد عبارت بودند از امر بصری، موسیقی و تجربه). ولی، هم زمان با این، گلن دانگل _ که خیلی قاطعانه در جرگه گذشت گراها نیست _ (در بحث خود از آداب تقرب) علاقه زیادی به وجه سرکوب شده تجربه نشان می دهد. چنان که دیده ایم، به نظر می رسد وجه جویندگی مستقل، با بسیاری از رده های پذیرفته شده در این جا مغایرت دارد و تا جایی که جویندگی و جست و جو به بیرون از مراکز و منابع مشروعیت یافته جابه جا می شوند (یافته های ما هم این را تایید می کند)، می توان در عین حال انتظار داشت که این وجوه سرکوب شده نیز نقشی بر عهده بگیرند. آن چه دیده ایم نه تصوری تحول گرایانه از رسانه ها و دین، بلکه بیشتر یک ایده ساختارگرا است: این که رسانه ها نقش مهمی در فراهم آوردن بافت ها و امکانات برای توافق و ساختن معناهایی دارند که می توانند به طرق مشخص و در جاهای مشخص موجه تلقی شوند. کنش، به عبارتی، در دست افرادی است که این معناها را می سازند. این که رسانه ها وجوهی از تجربه و بیان را در دسترس قرار می دهند که ممکن است در زمان های گذشته سرکوب شده باشند حائز اهمیت است ولی قلب داستان نیست. گرچه به نظر می رسید که جویندگان معنوی بیشترین علاقه را به فیلم،

آثار چاپ شده و تجربه دارند ولی تنها رده دیگری که به نظر می رسید از لحاظ رسانه ها یا وجوه و شیوه های بیان، دارای سلایق خصلت نمایی هستند، مسیحیان بازمتولد بودند که نوار های صوتی و ویدیوها و CCM با مضامین دینی را چیز هایی معرفی می کردند که از نظر آن ها مهم هستند. باید گفت که در این جا این حوزه اخیر تنها جایی است که رسانه ها قاطعانه نقشی بر عهده می گیرند که به صراحت و به طور آگاهانه دینی هستند.

چه دستاوردی حاصل شده است؟

چه دستاوردی حاصل شده است؟

اگر نخستین مسئله ما عبارت بوده است از آن جایی (همان «کجا»یی که در فصل دوم دربارهٔ آن سخن گفتم) که تعامل های مهم بین رسانه ها و دین در آن به وقوع می پیوندد، مسئلهٔ دوم ــ ولی شاید به همان اندازه مهم ــ مربوط است به این که چه چیزی در آن جا اتفاق می افتد. نتیجه چیست؟ چه دستاوردی حاصل شده است؟ به نظر می رسد توافق هایی که بین حوزه رسانه ها و حوزه های زندگی روزمره دیدیم آشکارا انواع خاصی از نتایج را تایید می کنند.

یکی از دستاورد های مهم در شیوه ای حاصل شده است که از طریق آن رویه رسانه ای با افراد در این جا تعامل می کند و به آن ها توان آن را می دهد که، به قول روف، «در عین استقرار، سیال» باشند. از یک لحاظ، به نظر می رسد این درسی است که از کل این مصاحبه ها باید بگیریم. رویه معنا دار شدنِ معاصر ریشه در فرد، تجربه فردی و تک تک فرآیند ها

و رویه هـای معناسـازی دارد. آن هـا از دیگران ــ در رسـانه هـا یـا در مراجع نهـادی و روحانی ــ توقع ندارنـد که پاسـخ ها و توضـیحات همه جانبه بدهنـد. در عوض، ادعاها و پیشـنهادهای صادرشـده از این گونه منابع را درآمدی(۱) بـه درون جست و جوی خودشان برای یافتن پاسـخی معنی دار تلقی می کننـد. روف خاطر نشان می کنـد که الگو همان ایـده لیفتِن دربارهٔ نفس متغیر(۲) است. سـیلان ادامه دارد(۳) و از طریق آن می توان همواره مترصـد بصـیرت هـا و منـابع جدیـد بود. هم زمـان با این، اسـتقرار هم مهم است و منـابعِ سـنت، تاریـخ، آموزه، حـافظه مشترک(۴) و جمـاعت خیالی.(۵) هم چنین امکانـاتی از جاهـای نامتعـارف و انواع متعـارف ــ مثـل آن هـایی که در رسـانه ها و از طریق رسانه ها در دسترس قرار می گیرنـد ــ لنگر گاه های مهمی برای این اسـتقرار هسـتند. هم چنین باید به خاطر داشـته باشـیم که رسانه ها در عین حال منبع و بافتی هستند که از طریق آن ها نماد ها، ایده ها، و ارزش های سنتی بیشتر در دسترس قرار می گیرند.

هم چنین به نظر می رسـد که الگوی معناسازی ای که پیش تر بسط دادیم ــ یعنی الگوی خودبیانگری هایی که (برخلاف نظر گیدنز) به کارِ ساختن نفس های آرمانی می آیند ــ تا حد زیادی وضعی را که در این مصاحبه ها دیده ایم، توضیح می دهند. هر چند می توان گفت که ما لزوماً همه دیگر موقعیت ها و وجوه تعاملی را که از طریق آن معنا ساخته

۱- input

۲- protean self

۳- the fluidity is in the process

۴- Shared memory

۵- Imagined community

می شود می شناسیم و از وجود آن ها خبر داریم ولی شواهد زیادی در این جا در دست است که حکایت از آن می کنند که امکانات فرهنگی و اجتماعی در خدمت نفس و هویت قرار می گیرند.

در این جا شواهد کمتری از کارکرد ها و تأثیرات دینی/معنوی یا شبه دینی/شبه معنوی رسانه ها وجود دارد. درست است که ما در صدد شناسایی جاهایی که در آن ها رسانه ها به دین تبدیل می شدند یا دین را به طور بنیادین دگرگون می کردند، نیامدیم ولی قطعاً مصاحبه های خود را در جاهایی انجام دادیم که می توانستیم به شواهد حاکی از این اتفاق دسترسی داشته باشیم. به نظر می رسد پرسش های مربوط به نقشِ ویژگی های صوریِ تصویر رسانه ای، در واقعی کردن تجربه رسانه ای (واقعی از لحاظ دینی یا معنوی)،(۱) ربطی به فرآیند های توافقی که در این جا دیده ایم ندارند. همین حرف را دربارهٔ مفاهیمی چون نگرهٔ مبتنی بر کهن الگو ها یا دیگر نگره های صوری، که در فصل سوم به آن ها اشاره کردیم، می توان زد.

این حرف را هم چنین می توان دربارهٔ طیفی از ایده هایی زد که ریشه در برداشت دورکهیمی از افسون یا هیجان دارند. در سطحی بنیادین، تصور بر این است که مجموعه ای از انگیزه ها یا کارکرد های دینی وجود دارند که متعالی، راز ناک، جادویی و ورای حوزه معنا و کنش عقلانی هستند.(۲)

۱- برای نمونه نک به: Goethals(۱۹۹۷)

۲- For a relevant Statement, See Murdock (۱۹۹۷). See also De Vries and Weber (۲۰۰۱), and Derrida (۲۰۰۱)

عدّه زیادی فرض را بر این می گیرند که ویژگی های صوری (فُرمی) و ژانری رسانه های خاص، آن ها را در موقعیتی قرار می دهنـد که می تواننـد، خواه از طریق قطع تجربه رسانه ای برای [گنجاندنِ] تجربه واقعی یا از طریق مغشوش یا پیچیده کردنِ راه هـای همه فهم ادراک و سـکنی گزیـدن در این وجوه [رازنـاک و فراعقلی]، آن وجوه را در مـدرنیته متـاخر مسئله ساز کننـد. نتیجه، چنان که دیده ایم، دگرگونی سـرشت و رویه دین و معنویت خواهد بود. این تحقیق، هم به دلایل مفهومی هم به دلایل روش شناختی، دقیقاً در حدّ پرداختن به این پرسش ها نیست.

هم زمـان بـا این، یـافتن حتی آثاری از تأثیرات عصـر رسانه ها در این مصاحبه ها دشوار است. چنان که طرف های مصاحبه ما توضیح دادند، تجارب رسانه ای از انواع مختلف، از جمله رویداد هایی چون ۱۱ سپتامبر (تجربه شده از طریق رسانه ها)، همراه بـا خود، حـدّی از معنـا یـا سـندیّتی را حمل نمی کننـد که بتوانیم از آن ها نتیجه بگیریم تجاربی از این نوع، مسئولِ «افسونگر کردن دوباره جهان برای آن ها است».

در واقع، می توان گفت که آن چه رسـانه ها انجام داده انـد ــ و شواهـد نهفته ای دال بر این در مصاحبه های ما وجود دارد ــ عبارت بوده است از تضعیف قابلیت افسون از طریق تشکیک در بنیان های باور به این گونه چیز ها. در این جا شواهد کافی از لحظه هـا و مکـان هایی داریم که در آن ها افراد خود را در جایگاه افسون شـدن (برای نمونه، از طریق موسـیقی و تجربه) قرار می دهند تا نشان دهند که مردم در عصر رسانه ها به این قابلیت دست می یابند.

هم چنان که در فصل هشتم دیدیم، شواهد زیادی در دست نداریم که

نشان دهند رسانه ها قطعاً در خدمت کارکرد های اساسی ای چون الهام بخشیدن یا ارائه سرمشق های اخلاقی یا دینی هستند. آیا این کارکرد ها می توانند در سطوحی ظریف تر، یا حتی نامحسوس، یافت شوند؟ البته که می توانند و روش ما ممکن است برای آن ها حساس نبوده و از آن ها غافل مانده باشد. هنوز منتظر شواهدی در این جا هستیم. استثناءهای معدودی که در این جا داریم، گویا هستند. اجازه بدهید، یک بار دیگر، به سراغ جودی کروز برویم که می توان گفت از نظر او نوعی معناسازیِ دینیِ رسانه محور، حائز اهمیت است. ویژگی هیجان انگیز قضیه جودی آن است که تلاش او برای نماد پردازی دینی و اقتدار دینی در بطن رسانه ها مربوط است به این که او احساس می کند باز نمایی های رسانه محور از علم و داستان خیالی باید اصیل تر و موثق تر از آن که هستند باشند. از نظر او ژانر های خیالی وساطت یافته در سنتِ غیبی / معمایی(۱) بیش از حد دم دستی و خانگی شده اند ولی جودی در این بُعد منحصر به فرد است.

از نظر اکثریت قریب به اتفاقِ طرف های مصاحبه ما، مسئله مداخله رسانه ها در درون کارکرد های دینی، بنیادین نیست. برعکس، فرهنگ رسانه ای نقش بافت وسیعی را به عهده دارد که آن ها در درون آن می توانند راه های توافق بر سر معناهایی را بیابند که به میزان کمتر یا بیشتر با ایده ها و معناهای اصیلِ خودِ آن ها مرتبط اند [و البته] می یابند. از یک لحاظِ اساسی، آن چه ما در این جا دیده ایم، رویه های معناسازی ای

۱- ۸.mystical / mystery

هستند که اصالت شان بسیار بیش از آن که در سطحِ جهان زیست(۱) [به] ثبوت رسیده باشد (همان نکته ای که در فصل چهارم مطرح کردیم) در سطح جهان سیستم [به] ثبوت رسیده است. تا اندازه ای به دلیل سرشت روشی که ما به کار گرفته ایم ــ بسته به این که طرف های مصاحبه ما در یک فرآیند شناختی و تا حدودی عقلانی، از توصیف با ما همراهی کرده اند یا نه ــ آن چه یافته ایم شواهدی است از شیوه ای که از طریق آن، مطالب رسانه ای در سطحی کم و بیش عقلانی در تار و پود زندگی روزمره ادغام می شوند. هم زمان با این، این توصیف ها راه هایی را شرح می دهند که از طریق آن ها مطالب رسانه ها می توانند عمیقاً معنادار شوند و می شوند. همه چیز در عقلانیت خلاصه نمی شود، حتی در این توصیف ها. حتی اگر شواهد متقاعد کننده ای یافته بودم حاکی از این که معناهای غیبی به رویهٔ رسانه ای بار می شوند، هنوز ممکن بود این تعبیر غالب را داشته باشیم که کنش واقعی با فرهنگ مشترک فراگیر تر است، نه با فرهنگ ها ی دینی یا معنوی خاص یا افسون شده.

پس چه دستاوردی حاصل شده است؟ به نظر می آید که افراد دامنه گسترده ای از امکانات قابل دسترس از جمله امکانات رسانه ای را برای درک موقعیت خود از جنبه مذهبی، روحی و اجتماعی به کار می گیرند. منطق بنیادین این عملکرد به قرار دادن امکانات، نمادها، داعیه ها و ارزش های مذکور بر زمینه گسترده تر فرهنگ عمومی گرایش دارد، فرهنگی که آن ها می خواهند در سطحی و به طریقی با آن مرتبط شوند.

۱- lifeworld.۹

البته این حضور مشتاقانه بر زمینه زندگی آن ها به شیوه متفاوتی تحقق می یابد. به نظر می رسد بسیاری از کسانی که با آن ها مصاحبه کردیم در جایگاه های خاصی قرار گرفته اند که غالباً با افکار مذهبی، معنوی و تعهدات آن ها معین می شود.

در این زمینه دو پرسش بدون پاسخ وجود دارد که بررسی های بیشتری را می طلبد ولی فراسوی گستره این مطالعه است؛ نخستین پرسش بدون پاسخ همان است که در محافل آکادمیک و گفتمان اجتماعی دربارهٔ سرمایه اجتماعی و مشارکت در جامعه مدنی از جمله پرسش کلی مشارکتِ شهری مطرح می شود. به نظر می آید که از نظر مصاحبه شوندگانِ ما، رسانه ها هم چنان زمینه مشترک گسترده تری از افکار و ارزش هایی را ارائه می دهند که خودشان باید در سطوحی با آن ها مرتبط شوند. چنان که در بالا خاطرنشان کردیم تا جایی که آن ها در جوامعی با سطوح متفاوتی از احساس تعهد زندگی می کنند چه امکاناتی برای حضورشان بر عرصه گسترده تر اجتماعی و سیاسی وجود دارد جز آن که خود را با گروه شان هم ساز کنند؟ این امر استلزامات گسترده و ژرفی مرتبط با دموکراسی و مشارکت دموکراتیک در دوره ای دارد.

چنان که در فصل نهم اشاره کردیم مشخصه آن تعامل فزاینده بین رسانه ها مذهب و سیاست است. دومین پرسش بدون پاسخ مرتبط با مورد اول است ولی وجه رازآمیزتری دارد که ریشه اش به بحث های جاری در زمینه نگره اجتماعی می رسد. این پرسش همیشگی که آیا آن چه به نظر می آید (از نظر ذهنی) اختیار دادنِ به این افراد برای درک

زندگی خود و کنترل مستقل بر روشی باشد که از طریق آن افکار مربوط به فرهنگ، مذهب، معنویت و ارزش ها را به هم می پیوندند، در حقیقت اختیار دادن است؟ چنان که بسیاری استدلال کرده اند عملکردهای مخاطبان در جهت دست یابی به معنا در عصر رسانه ها و در سطحی بنیادین، آرزویی واهی بیش نیست. هرچه نباشد این منابع برگرفته از فرهنگی رسانه ای هستند که بر اساس منطق خاص خود عمل می کند و از نظر اقتصادی به طریقی برنامه ریزی شده که باید بتواند خود را توجیه کند و طبعاً به صورت زمینه ای از محتوا و عملکرد مخاطبان تکامل پیدا کند که مفهومی از استقلال و اختیار را پدید آورد. هرچند در نتیجه عوامل ذکر شده این استقلال و اختیار در قلمروی اجتماعی، منحصر به طیفی بسیار محدود از گزینه های عملی است.

شواهد بررسی های ما برای پرداختن به هر یک از این دغدغه های موجود حالت ترکیبی دارند. به نظر می آید که بسیاری از مصاحبه شونده گان ما در تعاملات خود با فرهنگ رسانه ای از معنا به عمل روی می آورند. هم چنین بسیاری دیگر پای به سطح اجتماعی گسترده تری می گذارند تا بتوانند افکار و ارزش های خود را در جامعه و بر زمینه های شهری در معرض توجه قرار دهند. از سوی دیگر خیلی ها هیچ کدام از این کارها را انجام نمی دهند. در بسیاری از موارد ثانوی برای عقب نشینی آن ها از مشارکت و کنش شهری دلایل واقعی اجتماعی و اقتصادی وجود دارد. یکی از آن ها که به دلیل نوع پژوهش های میدانی خود در این جا ملاحظه کردیم، ماهیت پیچیده زندگی معاصر با شرایط، خواسته ها و فشارهای متضاد است. در این جا

شواهـد قابل توجهی وجود ندارد که نشان دهد رسانه ها به منزله موانعی برای این اقدامات هسـتند ولی بررسـی های مربوطه را باید به زمان و مطالعه دیگری موکول کرد.

رابطه رسانه ها با دین

رابطه رسانه ها با دین

شواهد زیادی هسـتند که نشان می دهند رسانه ها به نقطه ای رسـیده اند که شرایطی را تعیین کنند که از طریق آن ها علایق و ایـده هایی دینی و معنوی ساخته می شونـد، شـکل می گیرند و منتقل می شوند. دیان و کتز، با اشاره به راهی که از طریق آن، رسانه ها می تواننـد به ورای فضاها و بافت هایی برونـد که روزگاری تحت سـلطه اقتـدار روحانی بود، از این با عنوان وساطت زدایی(۱) یاد می کنند.(۲) منظور آن هـا از این اصـطلاح، در عین حـال آن است که در عصـر رسـانه ها، مخاطبان به طور غیر ارادی از مرز هـای سـنتی فراتر می رونـد و اکنون به کنش در فضـای عمومی نزدیک تر شـده انـد. ولی در سـطحی فراگیر تر، فرهنـگ مشترکی که توسـط رسـانه هـا بـاز نمایی می شود، امروزه تعیین کننـده بافت ها، پهنه ها، محـدوده ها، زبان ها و نماد هایی شده است که در دسترس گفتمان دینی و معنوی قرار دارند. از نظر نهاد های دینی، امروزی بودن یعنی بودن در رسانه ها و آن ها هم چنان به کشمکش

۱- disintermediation.۱

۲- Dayan and Katz (۱۹۹۲),p.۲۱۵.۲

با این واقعیت ادامه می دهند.(۱)

در روابط بین دین و رسانه ها، رسانه ها از بسیاری جهات، روی صندلی راننده نشسته اند. ما، چنان که گفتیم، این را با رجوع به معنای کامل فرهنگ مشترکی که از طریق رسانه ها در دسترس قرار می گیرد و در رسانه ها تجربه می شود می بینیم. آن فرهنگ و آن ایده ها و گفتمان ها، مضامین و موضوعات گفتمان اجتماعی هر روزه هستند. چندان که ایده ها و انگیزه های دینی و معنوی مداخله می کنند، آن ها باید این کار را در چهارچوب محدوده ها و قید و بند هایی انجام دهند که در آن جا مشخص شده اند. حتی از نظر خانوار هایی که انتظار داشتیم بیشترین مقاومت را در برابر این امر نشان دهند، فرهنگ رسانه ای و ایده ها و ارزش های آن، تا حد زیادی شرایط بحث را تعیین می کردند.

هم چنین، چنان که در فصل سوم گفتیم، کمتر نمونه ای از رسانه های ریشه گرفته از فرهنگ دینی هست که عملاً به شهرت و آوازه موجود در فرهنگ سکولار روی بیاورد، اوضاع غالباً خلاف این است. در آن جا، ما موارد خاصی از فیلم، تلویزیون و موسیقیِ ریشه گرفته از مسیحیت انجیلی را بررسی کردیم و نشان دادیم که شواهد تاریخیِ چندانی در دست نیست که نشان دهد آن رسانه ها به بیرون از مرز های آن فرهنگ عبور می کنند (با وجود آن که بسیاری از مردمان درون آن فرهنگ انتظار چنین کاری را داشتند).

شواهد حاصل از مصاحبه های ما می گویند که قضیه فقط این نیست

۱- توضیحی تاریخی از این روابط را در کتاب آندروود (۲۰۰۲)، به ویژه فصل های ۴ و ۷ خواهید یافت.

که در میـان مخاطبـان رسـانه هـای اونجلیکال عـده قلیلی غیر انجیلی هسـتند، بلکه این است که به نظر می رسـد شـمار بیشتری اونجلیست در میـان مخاطبـان رسانه های غیر انجیلی وجود دارد، و بـدین ترتیب [شواهـد مـذکور] این تحلیل را پیچیـده تر می کننـد ولی دوگانه باوری، آن گفتـهٔ گمراه کننـده است. صـحیح تر این است که بگوییم همـهٔ خانواده هایی که به ما اطلاعات دادند، علاقه مشترکی به رسانه های سـکولار داشـتند. از نظر خانواده های اونجلیست، علاوه بر این ها، موادی برگرفته از منابع اونجلیکـال در قـالب تلویزیـون، فیلم و (مهم تر از همه) موسـیقی وجود داشت. از نظر همه خانوارهـا، می توانسـتیم بگوییم که مردم در جریان توافقی بودنـد که بین ادعاها و ارزش های فرهنگ غالب یا مشترکی که آن ها در رسانه ها می دیدند و ادعاها و ارزش های خاص تر، از جمله ادّعاها و ارزش های اعتقادات دینی یا معنوی آن ها، شکل می گرفت.

پویایی شناسـیِ (دینامیسم) رابطه بین دین، رسانه ها و هویت اونجلیکال را احتمالاً به بهترین شـکل تد اولسن در آخرین فصـل توضـیح داده است. دربـارهٔ مبلغـان تعـالیم انجیلی از طریق تلویزیون و رابطه آن هـا بـا فرهنـگ اونجلیکال، به نظر می رسـد که نخستین پیامـد حضور آن هـا در رسـانه ها به عنوان بخشـی از فرهنگ رسانه ای، ایجاد نوعی اعتبار در فرهنگ رسانه ای باشـد ولی چنان که اولسن خاطر نشان می کنـد، آن شـهرت و آوازه می توانـد ناپایدار باشد. از نظر روزنامه نگاریِ سـکولار، تبدیل شدن به یک چهره اونجلیستِ مشهور ممکن است اعتبار بیاورد

ولی از نظر اونجلیست های به قول معروف مسند نشین(۱) شهرت لزوماً اعتبار نمی آورد. این نشان دهنده یکی از چیز هایی است که ما در سراسر این کتاب می گفتیم ولی این برای علاـیقی که به روابط بین دین و رسانه ها داریم خیلی مهم است: موضوع بازتابنده بودن و این که احساس می کردیم اغلب طرف های مصاحبه ما تا حدودی به جایگاه خود در این روابط وقوف دارند. اغلب طرف های مصاحبه ما بی درنگ از این چیز ها برحسب توصیف هایی از رسانه ها سخن می گفتند که از طریق آن ها موقعیت خود در چشم انداز رسانه ای را تعیین می کردند.

چنان که پیش تر گفتیم، این باعث می شد که شماری از مصاحبه شوندگانِ لیبرال ترِما اشاره آشکاری بکنند به ایده هایی چون این حرف پیش پا افتاده که محافظه کاران بیشتر نگران سکس هستند تا خشونت. روی هم رفته، اغلب طرف های مصاحبه ما احساس می کردند که در مجموعه ای متشکل از مخاطبان و رویه های گفتمانی ای شرکت کرده اند که خود آگاه هستند و بر تاریخ ها، انگیزه ها، معناها، و اعتقادات بازنمایی شده توسط رسانه های گوناگون وقوف دارند.

چنان که پیش تر گفتم، کاملاًـ درست نخواهد بود اگر، با اشاره به گزینش های دیداری، در این جا از این رویه ها با عنوان رویه های آگاهانه سخن بگوییم. آن ها [گزینش ها] در عین حال به محض رسیدن به رسانه ها، از نظر رویکرد شان در قبال معناسازی، شناختی، حتی عقلانی و سپس در خصوص کل فرآیند، بازتابنده هستند. این، یک بار دیگر،

۱- in the pew

این ایـده را که «یکی از پیامـد های عصـر رسانه ها این است که رسانه ها می توانند ـ به یمن ویژگی های مکانیکی و شـکلی شـان ـ خود را در فرآینـد رویه دینی یا آگاهی دینی جای دهنـد و از این طریق سـرشت تجربه دینی را از بیـخ و بُن دگرگون کننـد»، بی اعتبار می کنـد. به نظر می رسـد ارتباط ها ظریف تر و پیچیده تر از آن است. اغلب طرف های مصاحبه ما و خانوار های مصاحبه شـده، الگوهایی برای معنا و رویه دینی و معنوی نوین (تحول یافته)(۱) معرفی کرده اند. آن ها زندگی رسانه ای خود را در منظر آن عرصه ها می بیننـد و آن عرصه ها را در منظر زنـدگی رسانه ای شان می بینند. نتیجه، عبارت است از یک حل و فصل مشـروطِ حاصل شده از طریق مذاکره، حل و فصـلی که پذیرای تجدید نظر است؛ چون آن ها هم چنان در پیِ آن احسـاسِ «سـیال، در عین مسـتقر» بودن هسـتند. یقینـاً، رابطه آن ها با فرهنگ مشترکِ رسانه ها به منزلـهٔ مجموعه ای عمومی از ایده ها و تجارب، تعامل ها و هشیاریِ(۲) آن ها را در بافت ها [و موقعیت ها]ی دیگر زنـدگی شان ـ از جمله زندگی دینی و معنوی شان؛ خواه رسـمی خواه غیر رسـمی ـ سمت و سو خواهد داد و مشروط خواهد کرد. هم چنین ممکن است راهی باشد که از طریق آن، عصـر رسانه ها (که درگیری ما با آن بازتابنـده بوده است) به خدمت ایجاد تغییر در این منابع اطلاعاتی و کل مخاطبان رسانه ایِ غربی و شاید افسون زدایی از آن ها درآمده باشد.

آنت دو وریس در کتاب دین و رسانه (۲۰۰۱) از خود می پرسد که آیا

۱- evolved

۲- sense - making

حذف قابلیت امر جادویی و امر معجزه آسا از زندگی روزمره یکی از وظایف اساسی عصر رسانه ها است.(۱) او نشان می دهد که قدرت دین همواره، تا حدودی، ناشی از توانایی اساساً فنی در دست کاری تجربه به گونه ای که منجر به تثبیت اقتدار شود، است.(۲) در این مصاحبه ها، نه جادو موجب نگرانی بود نه اقتدار. کمتر کسی از منابع اطلاعاتی ما، از رسانه ها به گونه ای استفاده می کند که این تصور از امر معجزه آسا را به ذهن خطور دهد. آن هایی که رسانه ها را این گونه به کار می گیرند ــ به یاد علاقه جودی کروز به آثار علمی/تخیلی و معمایی می افتم ــ این کار را با برنامه ها و مطالبِ غیر متعارف می کنند. رابطه با اقتدار نیز مسئله ای است. از نظر جودی، اقتدار، حتی اقتدار بر خداشناسی استدلالیِ(۳) مضمر در آثار علمی/تخیلی، محلی از اِعراب ندارد. موضوع اقتدار دینی در عصر رسانه ها ممکن است کاملاً ورای پرسش مربوط به تجربه فردی ای چون تجربه جودی قرار بگیرد. در عوض رابطه جودی با اقتدار (و استدلال های دِ وریس و دیگران درباره این نکته که هنوز ممکن است کاملاً وارد باشند)(۴) احتمالاً گواهی است بر این که عصر رسانه ها ممکن است اقتدار دینی رسمی را به طور عام، چنان بی ثبات کرده باشد که دیگر از صفحه رادارِ اجتماعی یا فرهنگی به طور خاص حذف شده باشد.

هم زمان با این، استدلالی از جهت دیگر ــ به صورتی که نیکولاس

۱- De Vries (۲۰۰۱), pp. ۲۴-۷.۷

۲- De Vries (۲۰۰۱), p. ۲۵

۳- Theodicy ، اعتقاد به این که، با وجود خلقت بدی در این جهان، باز خدا عادل است. (م.)

۴- Cf. Derrida (۲۰۰۱), p.p ۵۶-۹۳

کریستفِ روزنامه نگار در فصل نهم به عمل آورد ـ هست که می گوید عصر رسانه ها پیدایش یک تحولِ غیبی در جهان دین را دیده است و از این رو روند را به سوی عقلانیت سکولار در مدرنیته متاخر برگردانده است. شواهد دال بر این نکته نیز متناقض اند.

آشکارا به نظر می رسد که بافت رسانه ای بافتی است که در آن مردم می توانند طیفی از ارتباط های مفهومی و اخلاقی و معنوی برقرار کنند، آن هم اغلب به طرقی که، از نظر ذهن مابعدِ روشنگری،(۱) دلیلی برای شان نیست و ادعا شده است که این تصور که «یک افول عام در اقتدار فرهنگی سنتی، زمانهٔ ما را تعریف می کند»، بی ارتباط با تأثیر عصر رسانه ها نیست(۲) ولی هم زمان با این ادعا، در این مصاحبه ها شواهدی دال بر وجود یک استقلال مستمر و انعکاسی در معناسازی و کنش دیدیم. البته می توان گفت که این یکی از کارکرد های عصر رسانه هاست که: [۱] مردم به دلیل احساس سودمندی ای که به یمن خبر سازی(۳) خصوصی شان در مقام مصرف کنندگان رسانه ها به آن ها دست می دهد، روز به روز احساس قدرت بیشتری می کنند، [۲] این احساسِ قدرت و استقلال احساس کاذبی است و [۳] این [احساس] به عرصه دین یا معنویت نیز گسترش می یابد. در پایان، هیچ یک از این پیامد های رسانه ها برای دین (راز ناکی بسیار کم یا بسیار زیاد) نمی تواند بدون دانشِ تاریخی تثبیت شود. این تکّه از زمان که این جا در اختیار

۱- post-Enlightenment.۱۱

۲- (۱۹۸۶ Postman)

۳- knowledge work.۱۳

ماست برای این کار مناسب نیست. از این مصاحبه ها چنین پیداست که افول اقتدار و عروج استقلال ـ اگر این همان چیزی است که می بینیم ـ نیز یک پدیده بیناطبقاتی و بینادینی است.

چنان که در فصل های پنجم و ششم دیدیم، بازمتولدها همان قدر جویندگان مستقل بودند که مؤمنان معاصر. چنان که دیدیم، هیچ کس نمی خواست به هیچ کس دیگر این اختیار را بدهد که از طرف او دربارهٔ رسانه ها تصمیم بگیرد و چنان که دیدیم، عموماً بر آن بودند که حوزه رسانه ها از اقتدار هنجاری ای برخوردار است که نهاد های دینی فاقد آن هستند. گلن دانگل در فصل چهارم نمونه خوبی بود. او، که پایبند به ایمانی است که گمان می کند زندگی اش را نجات داده است، به هر حال آن را چیزی می داند که در درون او است، نه چیزی که در دین نگاه داشته شده باشد و حوزه رسانه ها ـ هم سکولار هم دینی ـ ارزش ها و منابع نمادین و گفتمانی ای را تأمین می کند که او برای بروز دادن ایمان خود در زندگی روزمره اش بدان ها نیاز دارد.

از این طریق نیز حوزه رسانه های به اصطلاح سکولار ممکن است بدل به حوزه تعیین کنندهٔ هنجاری شوند. از نظر بسیاری از طرف های مصاحبه، جذب شدن آن ها به فرهنگ مشترکِ حوزه رسانه ها آن ها را در وضعی قرار می دهد که رابطه ای دیالکتیکی با آن چه از نظر آن ها برخی از ارزش های بنیادین آن هاست، برقرار کنند. با این حال به مشارکت و یافتن راه های معنی دار کردن همهٔ این ها ادامه می دهند. همه بر سر این به توافق می رسند که فاصله ای ـ تضادی ـ بین حوزه رسانه ها و بنیان های هنجاری زندگی ها و ارزش های شان وجود دارد. هر چند باز

هم اثبات آن خارج از چهارچوب این تحقیق است ولی می توان گفت که نتیجه نوعی سکولار شدن اجتناب ناپذیراست، به شرط آن که منظور ما از سکولار شدن روی برگرداندن از اقتدار دینی به منزلهٔ بنیان دانش و کنش باشد.

اگر اندکی به عقب برگردیم، این هم مهم است که دوباره یاد آوری کنیم آن چه به نظر می رسد پیش بَرنده رویه رسانه ای است، در اغلب موارد نه یک فرآیند تأمل ارزش های مناسب و هنجاری ــ از جمله ارزش های دینی ــ بلکه برجستگی خود رسانه هاست. بیان دلایل واقعیِ تماشای برنامه های تلویزیونیِ معین، فراتر از سطحی که در بهترین حالت در عبارتِ «خوش ام می آید» تجسم می یابد، دشوار است. دلایل برخی ها، به طوری که دیده ایم، حتی از این هم سست ترند. این به توضیح یک جدل جاریِ عمده در جنگ های فرهنگی آمریکا کمک می کند. به مدت چند دهه تضادی ظاهری بین منش های اخلاق گرایانه بیان شده مقامات دینی و والدین از یک طرف و رفتار های رسانه ای واقعی از طرف دیگر وجود داشت. با وجود نکوهش همه جانبه سکس، خشونت، بی حرمتی به مقدسات و دین گریزیِ رسانه های سکولار ــ از جمله نتایج نظر سنجی هایی که این دیدگاه ها را دیدگاه اکثر مردم می قبولانند ــ رسانه ها هم چنان با همین خوراک یکسان از مخاطبان زیادی برخوردار شده و می شده اند؛ برای نمونه، در سال ۲۰۰۴ معلوم شد که سریال بازاریِ زنان درمانده(۱) مخاطبان هنگفتی را در بایبل بلت(۲)

۱- Desperate Housewives

۲- The Bible Belt ، منطقه ای در جنوب ایالات متحده که به داشتن مردمان مسیحی دیندار و پیروان سرسخت کتاب مقدس مشهور است. (م.)

به سوی خود جلب کرده است.(۱) مدیران رسانه ها به کرات گفته اند که «اگر هیچ کس تماشا نمی کرد، ما نشان نمی دادیم». از این رو، بسیاری از خود می پرسند، چطور می شود که مردم یک چیز بگویند و چیزِ دیگری را انجام دهند؟ این اطلاعات، بصیرتی در خور دارند. ظاهراً آشکار است که مردم در خصوص زندگی رسانه ای شان عملاً بیش از یک نقشه را به کار می گیرند. رسانه ها به شدت چشمگیر و جذاب اند و معمولاً مردم آ ن ها را کم و بیش به عنوان چیزی که حق شان است تماشا می کنند ولی در سطح دیگر، مجموعه کاملی از توصیف ها از رسانه ها را داریم که هم در برداشت های اجتماعیِ گسترده ریشه دارند هم در برداشت های دینی و معنوی متمرکزتر. چنان که دیده ایم، به نظر می رسد مردم می توانند نسبتاً به راحتی هر دوی این خودشناسی ها [برداشت های اجتماعی گسترده و برداشت های دینی و معنوی متمرکزتر] را به کار بگیرند. راه هایی قابل قبول از نظر جامعه برای این کار هست. در زندگی خصوصی و میان فردی، جامعه عمدتاً تماشای طیف وسیعی از تجارب رسانه ایِ چشمگیر و سخن گفتن درباره آن ها را

۱- کارتر (۲۰۰۴). کارتر دربارهٔ سازمان خانوادگی مورد نظر از قول یکی از سخنگویان اونجلیکال فوکس می گوید: تاریخ نشان داده است که حتی کسانی که گفته می شود رأی دهندگان ارزشی هستند، مستعد رفتار گناه آلود و تماشای تصاویر مربوط به رفتار گناه آ لود هستند. آقای اشنیبرگر گفت: از راه به در شدن مردم توسط آن تکان دهنده است. تکان دهنده نیست، بلکه فاجعه است. این هم جالب است که بسیاری از برنامه های بحث انگیز، مثل برنامهٔ پربینندهٔ سال ۲۰۰۴ ، The O.C. و خانوادهٔ سیمپسن، از شبکهٔ فاکس که محافظه کار است، پخش می شوند.

می پـذیرد و خود رسـانه هـا، از جمله رسـانه هـای خبری، بـا پرداختنِ بیش از پیش به اخبـار و برنـامه های تفریحی و کار های نمایشـی از آن گفتمان ها حمایت می کنند. در مدرسه، در کلیسا، کنیسه یا مسـجد، در محیط های رسمی و ــ احتمالاً مهم تر از همه ــ به هنگام پاسخ دادن به نظر سنجی ها، توصیف ها از رسانه ها به راحتی وارد عمل می شوند.

چند پرسـش باقی مانده هنوز دست از سـر ما برنداشته اند. اصلی ترین آن ها پرسشی است که تا کنون به آن اشاره نکرده ایم؛ این که آیا الگوی تحول دینی که در این جا به آن متکی بوده ایم، الگویی است که در آینده نیز مناسب خواهد بود؟

آثار روف دربارهٔ دین مـداری دوران انفجار زاد و ولد، بحث انگیز و جذاب اند و به خوبی با دانشِ در حال تحول دربارهٔ دین مبتنی بر سرمشق نوین(۱) سازگارنـد. در واقع، ممکن است این انفجار نوعی نقطـهٔ تماس نسـلی در پیـدایش دین آمریکایی از آب دربیایـد. جنبـه هـایی از دیـن مـداری دوران انفجـار زاد و ولـد که بیشـترین اهمیت را داشـته انـد ــ جنبه سیّالیّت در برابر اسـتقرار، مرکزیت نفس و از همه مهم تر، جوینـدگی یـا جست و جو (پرسشـگری) ــ ظـاهراً حـائز اهمیت انـد و بیان گر روح زمـانه هسـتند. البته هنوز مانـده است تـا ببینیم که نسـل هـای بعـدی همین راه را در پیش خواهنـد گرفت یا نه و چنان که عـده زیـادی خـاطر نشان کرده انـد، تمایل افراد جوان تر به این که حتی بیش از والـدین خود با رسانه ها ارتباط برقرار کننـد، بـدان معناست که برخی از

۱- new-paradigm religion

پدیـده هایی که در این جا دیـده ایم با گذشت زمان شاخص تر شوند. از میان طرف های مصاحبه ما، به نظر می رسد که قطعاً کودکانِ خانوار از نظر ایده ها و اعتقاداتی چون مرکزیت نفس، سوء ظن نسـبت به اقتدار بیرونی و اهمیت استقبال از تجارب و بصـیرت های جدیـد، با والـدین خود هم نظر هسـتند. به موازات ادغام شدن بیش از پیشِ آن ها در رسانه ها، اوضاع می تواند بیشتر تغییر کنـد. فرهنگ جوانان، از چند لحاظ مهم، همیشه فرهنگ رسانه ای نیز بوده است. جدا کردن این دو دشوار است و در آینده نیز وضع هم چنان از این قرار خواهد بود.

آخرین ملاحظه دربارهٔ رابطه این تحقیق بـا بحث هـا و پرسـش هـای موجود در عرصه گسترده ترِ مطالعـات رسانه ها، ما را به برخی از بحث هـای آغـاز کتـاب بـاز می گردانـد. چنان که در آن جا گفتم، مطالعات رسانه ها تمایل به این داشـته انـد که از تمرکز بر دین رسـمی یـا حتی غیر رسـمی پرهیز کننـد. طیفی از پژوهشـگران مطالعـات رسانه ای (از جیمز کری، جان فیسک، دیان و کتز و نیک کولـدری در این جا ذکری به میان آورده ایم) در پی انجام مطالعاتی دربارهٔ رسانه ها و امور مربوط به دین (دربـارهٔ دیـان، کتز و کولـدری: دربـارهٔ آیین) بوده انـد. در اغلب موارد، آن هـا در صـدد آن بوده انـد که نقش دینِ پنهـان یا آشکار را از حوزه های تحت بررسی حذف کنند. (۱) دیگر محققان فرهنگ گرا اصلاً به بررسی کاملاً دقیق حوزه های دینی یا دین مانند نپرداخته اند. اکنون می توانیم دریابیم که زندگی و تأملات طرف های مصاحبه ما تلفیقی از آثار مربوط به دین

۱- denature

یا معنویت ــ به تنهایی ــ و این نوشته های فراگیر تر است.

به نظر می رسد که طرف های مصاحبه ما عمدتاً در روی نوع مشابهی از نقشه های رویه خانگی، که در پژوهشی دیگر در عرصه های مطالعات رسانه ها و مطالعات فرهنگی توضیح داده شده، زندگی می کنند. آن ها در جهانی مابعد روشنگری، سکولار (البته با استفاده از تعریف مشروطِ این واژه) و پسین مدرن زندگی می کنند، جهانی که مشخصه های آن استقلالِ شخصی، نفس و وجوه عقلانی و انعکاسی رویه فرهنگی هستند ولی هم زمان با این، می توان گفت که آن ها در فرآیندِ اعادهٔ دین مداری یا معنویتِ این رویه ها شرکت می کنند و دین و معنویت را، به یُمن علاقه تازه یافته شان به جانِ دوباره بخشیدن به تجربه اجتماعی و فرهنگی با سویه های دینی و معنوی، در همه چیز داخل می کنند. این به احتمال بسیار، نقشی در افسونگر کردن دوباره جهان در عصر رسانه های جادویی ندارد. با این حال می توان آن را تحول اجتماعی و فرهنگی ای تعریف کرد که ریشه در رویه معنایابی حاصل از مذاکره و توافق در عصر رسانه ها دارد.

تحول رسانه ها تغییر عمده ای در زندگی اجتماعی و فرهنگی به بار آورده است. شواهد تاریخی زیادی در دست است که نشان می دهند رسانه ها و دین با هم متحول شده اند. به ویژه در دوره های پس از توسعهٔ چاپ و به دنبال آن توسعه رسانه های جمعی، قضیه از این قرار است. این تحولِ در کنار هم، بی دردسر و سودمند برای هر دو طرف نبوده است. ما در بطن تجربه روزمره، هنوز در تلاش هستیم تا رسانه ها را در زندگی خود به نحوی ادغام کنیم که ارزش های مان و احساس هایی را

که از خودمان داریم برآورده کنـد. ما نسـبت به تأثیر و نفوذ آن ها بدگمان هستیم. به نظر می رسد آن ها عیناً ارزش ها و ایده هایی را منتقل می کننـد که از نظر ما دردسـرساز هسـتند. در بافت های گسترده ترِ تعلیم و تربیت، زنـدگی مدنی و اجتماعی و سیـاست ورزی، همین احسـاس ناراحتی وجود دارد. بخش عمـده این ناراحتی هم چنان با ایـده های برگرفته از دین و پیرامون این ایده ها چفت و بست می یابند. حتی با سـکولار شدن مداومِ اروپا و آمریکای شـمالی (سـکولار شدن به معنای افول اقتدار دینی در هر دوی این بافت ها)،(۱) دین هم چنان به ایفای نقشی در گفتمان های مربوط به ارزش های هنجاری ادامه می دهد. بدین ترتیب دین و رسانه ها با یکدیگر دست و پنجه نرم می کنند و در آینده نیز به این کار ادامه خواهند داد.

در سطح دیگر، این رابطه میـان دین و رسانه را این واقعیت تعریف می کنـد که رسانه ها اکنون همان بافتی هسـتند که روابط اجتماعی و فرهنگی از طریق آن برقرار می شوند و باز نمایی ها از طریق آن انجام می گیرند. دین، هم رسـمی هم غیر رسـمی، هم آشـکار هم پنهـان، اکنون تابع این واقعیت است. در حالی که دین بیش از پیش با سـیاست دست و پنجه نرم می کنـد و در پی یافتن نقشـی در جامعه مـدنی است، این کار را تحت شـرایط وساطت انجام خواهد داد. از این ها که بگذریم، دین و رسانه هـا تمایل دارنـد از لحاظ های مهم با هم تعامل کننـد. نمایش رسانه ای، نقش نوعی شـتاب دهنـده را برای گفتمان دینی بازی می کند و

۱- البته صرف نظر از غیر سکولار شدنِ اروپا و آمریکای شمالی، هر دو که نتیجهٔ مهاجرت به آن دو قاره است.

اکسیژنِ شهرت(۱) را به ایده ها و جنبش هایی که پیش از این نمی توانستند به آوازه و اهمیت دست یابند می رساند. دین نیز نقش نوعی شتاب دهنده را برای رسانه ها بر عهده می گیرد و به عنوان چیزی عمل می کند که بیرون از قلمرو گفتمانِ رسانه ای، معمول است، وجود دارد، مداخله می کند و با نوعی امکان سرنوشت ساز، با آن گفتمانِ رسانه ای به مخالفت برمی خیزد.

تغییر چشمگیر این روابط در آینده نامحتمل است ولی آن چه پس از تحقیقات خود در این جا می دانیم چیز هایی درباره این است که چگونه افراد، خانواده ها و گروه هایی که مخاطب رسانه ها هستند می کوشند تا روز به روز بر همه این ها تسلط پیدا کنند. اکنون درباره این که در آن بافت چه کاری از تجربه رسانه ای برمی آید، چیز های بیشتری می دانیم.

به نظر می رسد مخاطبان درباره آن چه در روابط دین و رسانه ها می گذرد، چیز هایی بیش از آن چه معمولاً امتیازِ دانستنش به آن ها داده می شود، می دانند. آن ها از راه های مختلف با رسانه ها ارتباط برقرار می کنند و می توانند با رجوع به ادعاهای حوزه رسانه ها، موقعیت خود را نسبتاً به راحتی مشخص کنند. این گامی دیگر برای حرکت به ورای این سطح ــ جایی که در آن ادغام شدن رسانه ها، دین و معنویت در تجربه رسانه ایِ روزانه را بررسی می کردیم ــ و ورود به سطحی است که در آن پرسش های متمرکز درباره ارزش و کنش مطرح می شوند. کجای تحقیقات ما در این جا، همان کجا ی زندگی خانگی و شبکه روابط

۱- oxygen of publicity

اجتماعی ای است که فوراً آن را احاطه می کند. آن چه بعد از این نیاز داریم عبارت است از بررسی های متمرکز تر و محلی تر از آن زمان ها، مکان ها و فرصت ها؛ فرصت هایی که در آن ها پرسش های مربوط به ارزش و کنش در زندگی افرادی چون کسانی که در این جا دیدیم مطرح می شوند.

آن کار و طیف پرسش های جالبی که در این فصل مورد توجه قرار دادیم، ولی دریافتیم که خارج از چهارچوب این تحقیق هستند، هنوز چشم به راه اند. از جمله این ها، بررسی هایی است که پرسش های مربوط به این نکته را تعقیب خواهند کرد: چگونه دیدگاه ها و منش های دینی و معنویِ متفاوت، از راه هایی با رسانه ها تعامل می کنند که قطعاً بازتابی از آن اعتقادات هستند. این کار، دورنما را از تحلیل کلی رویه مخاطبان (و نحوه ظهور دین و معنویت در آن) برخواهد گرفت و روی پرسش های متمرکز تر درباره این که چگونه گروه هایی خاص به گونه ای افتراقی رسانه ها را برای ساختن معناها و باز نمایی ها به کار می گیرند، خواهد برد.

تحقیق حاضر آشکار می سازد که رسانه ها مهم و حتی تعیین کننده هستند. این که از چه طرقی تعیین کننده شده اند و برای چه کسانی، تحت چه شرایطی، تعیین کننده هستند و پیامد های آن چیست، باید در تحقیق های بعدی توضیح داده شوند.

هدف این کتاب بررسی دقیق مجموعه مهمی از پرسش ها بود، آن هم به نحوی که زمینه را برای کنکاش های دیگر در فحواهای گسترده و پیچیده دین در عصر رسانه ها فراهم آورد ولی هیجان انگیز تر از این ها چشم به راه بودن برای بازتاب ها، واکنش ها، پرس وجو ها و بصیرت های

جدیدی است که از راه خواهند رسید.

ص:۶۹۵

پیوست

پیوست

مصاحبه هـای این کتاب طی یک تحقیق مسـتمر در باره معناسازی در عصـر رسانه ها انجام گرفتنـد. گزارش مفصل آن طرح، همراه بـا بحث هـای دقیقی از رویکرد و روش شناسـی آن، در سـال ۲۰۰۴ بـا نام رسانه ها، خانه و خانواده منتشـر شـد. من آن مطـالب را در این جـا تکرار نخواهم کرد ولی شـرح مختصـری از آن را عرضه خواهم کرد. خواننـدگان علاقه منـد به جزییات بیشتر باید به کتاب پیشین مراجعه کنند.

اصولاً، رویکرد نظری و روش شـناختیِ مربوط به کل این تحقیق به قصـد پرداختن به شـکافی اتخاذ شـده است که لیلا ابولقود در سال ۱۹۹۷ در نوشـته های مربوط به مطالعات رسانه ها شـناسایی کرده بود. ابولقود، با بررسـی تحول قوم شناختی در نظریه رسانه ها ـ دست کم تا آن نقطه ـ مشاهده کرد که تأملات نظری در باره ارزش این رویکرد، بسیار بیشتر از

پژوهش های میدانی ای است که عملاً اتفاق افتاده بودند.(۱) البته امروزه وضعیت بسیار متفاوت است و این تحقیق به آثار مکتوب روز افزونی می پیوندد که در زمینه مطالعات رسانه ها نوشته می شوند و به سرعت در حال پدید آوردن یک سند اساسی در مخاطب پژوهی قوم شناختی و تفسیری هستند.(۲)

رویکرد اتخاذ شده در این کتاب با طرح پژوهشی کلی مرتبط است، آن هم به صورتی که در رسانه ها، خانه و خانواده به تفصیل توضیح داده شده است. به طور خلاصه، آغاز گر طرح، این تصور بود که اهمیت رسانه ها برای معنا (از جمله معنای دینی یا معنوی) باید ریشه در لحظه ها یا برهه های زندگی داشته باشد. این رویکردی مابعدِ اثبات گرا(۳) بود و تأکید آن بر نیاز به دور کردنِ چهارچوب های تحلیل از مفاهیمِ مربوط به قدرتِ راهگشای رسانه ها بود و هم چنین بردن آن [چهارچوب های تحلیل] به لحظه ها و موقعیت هایی در زندگی که بستر مصرف رسانه ها هستند. به زودی آشکار شد که این رویکرد، هم به عنوان نتیجه تجربه میدانی هم به عنوان تأمل نظریِ در حال تکوین، بیش از اندازه محدود است. تجربه میدانی نشان می داد که تعامل رسانه ها و دین آشکارا در جایی ورای آن لحظه های بحران و انتقال رخ می دهد. ما، به لحاظ نظری، کم کم درمی یافتیم که روش ما مستلزم یک

۱- Abu-Lughod (۱۹۹۷)

۲- Cf. Seiter (۱۹۹۷), Gauntlett and Hill (۱۹۹۹), Bird (۲۰۰۳), and Clark (۲۰۰۳)

۳- post-positivist

باز اندیشی در موقعیت ها ی مان به عنوان پژوهشگر و هم دستی مان در ساختن روایت هایی است که در حال پدیدآوردنشان بودیم.(۱) همکارم لین شافیلد کلارک بر آن بود که ما داریم از مابعد اثبات گراییِ مرحله آغازین مان فراتر رفته وارد جایگاه ساختارگرایانه ای می شویم که پرسش مربوط به شأن و معنای روایت ها را اصل قرار می دهد؛ روایت هایی که داشتیم از دل مصاحبه های خود پدید می آوردیم.(۲)

ما به تدریج از آن الگوی پنهانی که تلقی اش از این پروژه یا طرح، استوار بر چهارچوب های کم و بیش سنتی بود (که به جست وجوی تأثیرات رسانه ها بر دین یا بالعکس برمی آمد) دور می شدیم و روی به الگوی تفسیری ای می آوردیم که معنا سازی را در دل فُرم و بافتی جای می داد که در دسترس ما بود؛ توصیف ها و روایت های طرف های مصاحبه ما، در حالی که همواره روی تجربه ای که در زندگی روزانه از رسانه ها به دست می آوردند، تأمل می کردند. این امر با ورود تحقیق به مرحله دوم، که توجه خاصی به رسانه ها ی دیجیتال معطوف می کرد، با وضوح بیشتری پیکر بندی شد. به موازات این تحقیقات، کلارک طرح دامنه داری ریخته بود که رویه های رسانه ای نوجوانان و جوانان را به طور عام بررسی می کرد و بخش زیادی از توجه مصاحبه های ما نیز به آن سمت و سو ها معطوف شد.

۱- ما، در کتاب رسانه ها، خانه و خانواده، به ویژه از تأثیر کتاب گوبا و لینکلن (۱۹۹۴)، صص ۱۱۷-۱۰۵یاد کرده ایم.

۲- Clark (۱۹۹۹) "Learning from the Field: The Journey from post-positivist to Constructivist Methods," Paper Presented to the International Communication Association, San Francisco, May

مصاحبه هایی که در این جا گزارش شده اند چند مرحله از طرحی کلی را در بر می گرفت که [این طرح کلی] نمونه ای پدید آورده که اکنون مشتمل بر ۱۴۴ خانواده می شود. بیشتر مصاحبه ها در منطقه کلان شهریِ دِنوِر برگزار شدند. هیچ یک از مصاحبه ها در خود شهر بولدر (جایی که دانشگاه ما در آن جا واقع است) انجام نگرفت. هم چنین، شماری از مصاحبه ها در مناطق دیگر ایالات متحده، از جمله مناطقی در غرب میانه علیا، شمال شرق و در کالیفرنیای جنوبی و شمالی برگزار شدند. یک دسته از مصاحبه ها با خانواده هایی انجام گرفته است که با یکدیگر خویشاوند هستند و امکان تحلیل آن نوع شبکه اجتماعی را فراهم می آورند. ما در هر یک از این تحقیق های متمرکز بر سطح خانوار، مصاحبه هایی دقیق و تا حدودی منظم، با همه اعضای خانوار به صورت گروهی انجام دادیم. سپس کار خود را از طریق مصاحبه های انفرادی با تک تک آن ها ادامه دادیم. در پیروی از تفاهم نامه های گروه علوم انسانی دانشگاه مان، در همه مصاحبه های انفرادی، ناشناس ماندنِ مصاحبه شوندگان تضمین شده است. از این رو، نام هایی که در این کتاب و جاهای دیگر آمده اند واقعی نیستند و تلاش های دیگری هم برای آشکار نشدن هویت افراد به عمل آمده اند. به دنبال این مصاحبه های خانوادگی، هر جا که مناسب و مساعد بوده، مداخله های دیگری که ممکن است شامل مشاهدات، مصاحبه های گروهی متمرکز و دیگر فنون تحقیقی باشند، به عمل آمده اند. در این کتاب تنها مطالب مصاحبه گزارش شده است.

چنان که در رسانه ها، خانه و خانواده به تفصیل گفته شده است، یکی

از ویژگی های مهم روش ما عبارت بوده است از شرکت مستمر تیم پژوهش میدانی در جلسات هفتگی ای که در آن ها دست نوشته های مصاحبه ها به بحث گذاشته می شدند. هم چنین، این جلسات نقش سمینار پژوهش میدانی مستمری را بر عهده داشتند که در آن مطالب تعیین شده از نوشته های نظری و روش شناختیِ جدید قرائت می شدند. این جلسات سپس تبدیل می شدند به بافتی که در بستر آن همگی به سرشت این پژوهش می اندیشیدیم، ایده هایی را برای انتشار نهایی می پروراندیم و روش ها و سازمان دهی خود را به طور مستمر مرور می کردیم.

از دل همین جلسات بود که شماری از مهم ترین ایده ها سر برآوردند. سعی کرده ام تا از برخی همکاری های تک تک اعضای تیم پژوهش مان در فصل های پیشین این کتاب یاد کنم. ولی، قطعاً در این جا می خواهم از برخی همکاری ها در تحلیل های گزارش شده در این کتاب قدر دانی کنم؛ همکاری هایی که تأثیرات کلی تری بر تفکر من گذاشتند. لین شافیلد کلارک اکنون بیش از ده سال است که نقشی عمده در همه مراحل این طرح ایفا کرده است و تأثیر عمیقی بر کار من گذاشته است. پیش از این به کارِ نظری مهم او درباره سمت گیری ساختارگرایانهٔ طرح مان اشاره کردم، ولی باید از طیفی از بصیرت های ظریف و پیچیده او در سرشت رویه دینی به صورتی که به فرهنگ رسانه ای مربوط می شود، یاد کنم. هم چنین، او همواره موضوعات طبقه، قومیت و تفاوت، به طور عام را، در صف مقدم تفکر ما و به تبع آن در صف مقدم کار من در این جا، نگاه داشته است.

هنریک بوئس دومین پژوهشگر میدانی در این طرح بود که تز فوق لیسانس بدیعی در تحقیقات دینی بر اساس مصاحبه اش با ما ارائه کرد. هنریک، در مرحله آغازین، روی سرشت اساساً شفاف رویه های رسانه ای که در این جا می دیدیم، متمرکز بود. در حالی که آثار نوشته شده ما را وا می داشت که در جست وجوی رویه های رسانه ایِ دین مدارانه ای باشیم که می توانستند معقول و آگاهانه باشند. هنریک در تحقیقات خود و تحقیقات دیگران، می دید که بخش عمده این فعالیت بیشتر با عنوان بازیگوشانه تعریف شده اند تا آگاهانه. چنان که در این کتاب می توان دید، قضیه در بسیاری از خانوار های ما هم چنان از این قرار است.

یکی از دشوار ترین چیز ها، در مراحل اولیه این تحقیق، تحلیلِ ادعاهایی بود که والدین ــ به ویژه پدران ــ در خصوص خط مشی ها و رویه های رسانه ای در خانواده می کردند. جو چمپ در چند خانوار که در آن ها این موضوع مطرح بود، نقش مصاحبه کننده را بر عهده داشت و همین جو چمپ بود که به ما کمک می کرد تا آن سوی ادعاهایی پنهانی را ببینیم که این پدران نسبت به ساختار یابی آشکارِ ایده هایی مربوط به پدر بودن و مرد بودن در آن بافت ها داشتند. نفوذ جو چمپ به من کمک کرد تا به جایگاه تحلیلی ای برسم که معنای اجتماعی این ادعاها را تفسیر می کرد.

مضمون پدر بودن و مرد بودن هم چنان یکی از علایق من و کار مستمر ما است. مونیکا امریش نیز به ویژه کمک کرد تا هم چنان به موضوعات جنسیت در ربطِ با اقتدارِ والدانه و معنای نمادین آن اقتدار،

بیندیشیم. علایق خود مونیکا به معنویت و تغییرات اجتماعی در بطن رویه رسانه ای به ما کمک کرد تا روی راه هایی تمرکز کنیم که از طریق آن ها رسانه ها ـ هم چون کالاـ ـ در رویه روزانه نقش ایفا می کنند یا ممکن است نقش ایفا کنند. کورتیس کوآتس نیز چند پژوهش میدانی مهم در این حوزه انجام داده است.

دایان آلترز به طرز مؤثری کمک کرد تا ببینیم که دین مداریِ پنهان برنامه ها باید همراه با [دین مداری] آشکار آن ها و در قالب یک مجموعه تحلیل شود. هم چنین علاقه اش به خانواده سیمپسن او را به پرسش های دشواری راهنمایی کرد که می پرسیدند چگونه می توان برای آن دسته از تجارب و رویه های رسانه ای که ممکن است ـ در ظاهر ـ دینی به نظر نرسند، مشروعیت یا اصالت اجتماعی دست و پا کرد.

قرائت پیچیده دایان از ادبیات باستان درباره معنا و هویت، به من (و ما) کمک کرد تا آن چه را می بینیم با مضامین بزرگ تری در فرهنگ، پیکر بندی کنیم. دایان، علاوه بر قابلیت های فکری اش، نویسنده ای فوق العاده و مجاب کننده بود و هست و آن استعداد ها شکل و قالب بی نظیری به این طرح و اندیشه من بخشیده اند.

لی هود همیشه از ما می خواست به خاطر داشته باشیم که در حال بررسی نظام های خانواده هستیم و روابطِ درون خانوار در پیرامون معنا و هویت باید در صف مقدم نگاه داشته شوند. او هم چنین از گوش دادن به سخنان کودکان در خانوار ها حمایت می کرد. ما، به ویژه در مراحل اولیه کار خود، مصاحبه های مفصلی با کودکان کم سن و سال تر انجام دادیم، ولی هود مهارت خاصی در تفسیر آن مطالب داشت.

آنا ماریا روسو نیز علا قه خاصی به نظام های خانواده پیدا کرده و کار خود او درباره خانواده های تک والد پرسش هایی را برای من مطرح کرد که مربوط می شدند به این که چگونه پویایی شناسی (دینامیسم) خانواده می تواند نسبت به رویه های رسانه ایِ متفاوت در بین خانوارها تغییر جهت دهد. آنا ماریا در تحلیل مطالب مرتبط با رویداد های رسانه ای و مطالب مرتبط با ۱۱ سپتامبر که در فصل ۹ دیدیم، خیلی کمک کرد و ما به یاری او دیدیم که، هر چند طرف های مصاحبه ما مشارکت آشکاری در آیین مابعدِ ۱۱ سپتامبر نداشتند، با وجود این عمیقاً ــ ولی به طور نامحسوس ــ متأثر و درگیر بودند.

کریستف دمونت ــ هاینریش، اسکات وبر، میشل میلس و دنیس واکر نقش اصلی در تحلیل پرسش های مربوط به دین به طور فی نفسه نداشتند، ولی در بسیاری از مصاحبه هایی که گزارش آن در این جا آمده است، شرکت جستند. به عقیده من آن ها نقش زیادی در ناباوری نسبت به نقش محوری دین یا معنویت در این مصاحبه ها داشتند. مخالفت شدید آن ها با تصور مبنی بر حضور آشکار دین در وهله اول امکان باز اندیشی در برخی فرضیات بیان نشده در روش و رویکرد ما را فراهم کرد. سپس توانستیم تعبیری از روابط بین دین و رسانه ها بسازیم که توضیح می داد چرا آن چه در سطح و به عنوان نتیجه گفت وگو ها ظاهر می شود از وضوح چندانی برخوردار نیست.

کمک های جین کیو پارک در جریان مفهوم سازی مجدد و باز اندیشی ای که مشخصه سیر و سلوک روش شناختی ما است، فوق العاده زیاد بود. جین به ویژه مهارت خوبی در شناسایی الگوها و

رده بنـدی هـای رویه در مطالب حاصل از مصاحبه ها دارد. او درک و دریافتی از نظریه فرهنگی را با خود به این کار ها آورد که به طرزی اسـتثنایی پیچیـده است. توانـایی او در فهم روایت های مسـتتر در مطالب حاصل از مصاحبه ها دو چنـدان تحسـین برانگیز است؛ چون او در زبان مادری اش کار نمی کنـد. جین به ویژه در تحلیلی که در فصل هشـتم آمـده است، سودمند بود. او همراه بـا لین، دایـان و جو به من کمـک کرد تـا ببینم که تحلیل فصل های شـشم و هفتم، علاوه بر این که یافته هایی دربارۀ نحوه فرا رفتن رویه رسـانه ای از آن رده هـاست، مظهر انتقـادی پنهـان از خود آن رده بنـدی نیز هست. جین تلاش کرد تا رده بندی ها و ساختار های موقتی گوناگون با داده ها تطبیق کنند و ما به یُمن تلاش های او، صاحب نوعی صدای تفسـیری شدیم که می توانست با سودمندیِ تمام آن چه را که دیده ایم و یافته ایم بیان کند.

افزون بر این تحولات عمده، جلسات ما نیز به راستی شـمار زیادی بصـیرت های دیگر به همراه آوردند که کوشـیدیم آن ها را در صورت جلسه هـای هفتگی ثبت کنیم. چنـان که در رسـانه ها، خانه و خانواده گفته ایم، هیـچ یک از تحلیل هایی را که از دل این طرح بیرون می آینـد، نمی توان کاملاً فردی یا بدیع تلقی کرد. هم از لحاظ نظری هم از لحاظ روش شـناختی، آن چه توانسـته ایم در این جا گزارش کنیم، نتیجه یک تلاش جمعی است و این همان نکته روش شناختی مهمی است که می خواهم در این جا مورد تأکید قرار دهم.

سخن خود را با تأملاتی چنـد درباره برخی رویکرد های منحصـر به فرد در کار جمعی مان که در این کتاب باز نمایی شـده به پایان می برم.

نخست، قطعاً پیداست که رویکرد روایی ای که شالوده تحلیل ما را می ساخت کار آمد و ثمر بخش بوده است. دوم، مفهوم هویت به منزلهٔ هدف رویه معناسازی به لحاظ اکتشافی مفید از آب درآمد و ثابت کرد که راه خوبی برای توضیح و تحلیل تعامل های بین عناصر و حوزه های گوناگون است. سوم، رویکرد استوار بر تلقی مطالب رسانه ای به عنوان نوعی فرهنگ مادی(۱) نیز مفید از آب درآمد. طرف های مصاحبه توانایی آن را داشتند که روابط خود با رسانه ها را با چنان عینیتی بیان کنند که به ما کمک کند تا روابط آن ها با حوزه های دیگر زندگی شان را ببینیم. خلاصه این که، این روش کار آمد به نظر می رسید و مطالب اساسی برای تفسیر و تحلیل فراهم آورد.

جالب ترین و دشوار ترین بخش این تحقیق ــ که در قسمت عمده آن چه پیش از این دربارهٔ چالش و تحول نظری و روش شناختی مان گفتم، تلویحاً حضور دارد ــ این پدیده است که بیشتر طرف های مصاحبه ما در برقراری ارتباط های آشکار و سر راست بین زندگی رسانه ای و زندگی دینی/معنوی شان با دشواری مواجه بودند. من (و ما) انتظار نداشتم (و نداشتیم) که این امر، چالش بزرگی باشد که [بعد] معلوم شد، هست. بخش عمده تأمل و باز اندیشی ما از نیاز به دست به گریبان شدن با این وضعیت سرچشمه می گرفت. آن چه حاصل شده است، هم در این جا و هم در کار پیشین ما، عبارت بوده است از دیدگاهی دقیق تر، ظریف تر و ــ از دید ما ــ پیچیده تر، از روابط در این

۱- material culure

حوزه های مهم. این گـذار، به منزلـهٔ یک کار کیفی/ تفسیری، هم از لحاظ روش شـناختی و هم از لحاظ نظری کاری بنیادی بوده است. قضاوت درباره دامنه اهمیت آن را به خوانندگان و همکاران واگذار می کنم.

فهرست اعلام

اشاره

فهرست اعلام

زیر فصل ها

فیلم ها/سریال ها/برنامه ها

فهرست اعلام

فیلم ها/سریال ها/برنامه ها

ص:۷۱۰

ص:۷۱۲

فهرست اعلام

فهرست اعلام

ص:۷۱۴

ص:۷۱۵

Bibliography

Abu-Lughod, Lila (۱۹۹۷) "The interpretation of culture(s) after televi sion," Representations ۵۹: ۱۰۹-۳۳.

Adorno, Theodor (۱۹۹۱) The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture, ed. J.M. Bernstein, London: Routledge.

Aeng, Ien (۱۹۹۶) Living Room Wars: Rethinking Media Audiences for a Post modern World, London: Routledge.

Ajami, Fouad (۲۰۰۱) "What the Muslim world is watching," New York Times Magazine, November ۱۸, p. ۴۸.

Albanese, Catherine (۱۹۹۸) America: Religions and Religion, Florence, KY: Wadsworth Publishing.

Ali, Lorraine (۲۰۰۱) "The glorious rise of Christian pop," Newsweek, July ۱۶, p. ۴۰.

Alsdurf, Phyllis (forthcoming) "Evangelicalism and the presidential election of ۱۹۶۰: the 'Catholic Question' in Christianity Today Magazine," in Lynn

.Schofield Clark (ed.) Religion, Media, and the Marketplace, New Brunswick: Rutgers

Alterman, Eric (۲۰۰۳) What Liberal Media? The Truth about Bias and the News, New .York: Basic Books

Alters, Diane E (۲۰۰۳) "'We hardly watch that rude, crude show': class and taste in The Simpsons," in Prime Time Animation: Television Animation and Amer ican Culture, eds .Carol A. Stabile and Mark Harrison, London: Routledge

Alvarez, Lizette (۲۰۰۳) "Fury, God and the pastor's disbelief," The New York Times, July .۸, p. A۴

Andersen, M.L. and Collins, P.H. (eds) (۲۰۰۴) Race, Class, and Gender: An Anthology, .Belmont, CA: Wadsworth/Thomson

Apostolos-Cappadona, Diane (۱۹۹۷) "Vamps and tramps: the persistence of Eve in popular culture." Paper presented to the Eighth International Colloquium on Theology .and Communication, Rome, September

Appadurai, Arjun (۱۹۹۱) "Global ethnoscapes: notes and queries for a transna tional ethnography," in Richard Fox (ed.) Recapturing Anthropology, Santa Fe: School of .American Research Press, pp. ۱۹۱-۲۱۰

.Armstrong, Ben (۱۹۷۹) The Electric Church, Nashville: Thomas Nelson

Arnett, Jeffrey (۱۹۹۱) "Adolescents and heavy metal music: from the mouths of .metalheads," Youth and Society ۲۳: ۷۶-۹۸

The soundtrack of restlessness – musical preferences and reckless behavior" (۱۹۹۲) .among adolescents," J. Adolescent Research ۷: ۳۱۳-۲۸

.Babin, Pierre (۱۹۷۰) The Audio-visual Man, Dayton: Pflaum Press

Badarracco, Claire (۲۰۰۵) Quoting God: How Media Shape Ideas about Religion, Waco: .Baylor University Press

.Bagdikian, Ben (۱۹۹۷) The Media Monopoly, Boston: Beacon Press

Barnouw, Eric (۱۹۹۰) The Sponsor: Notes on a Modern Potentate, Oxford: Oxford .University Press

Bauder, David (۲۰۰۴) "Religious fervor resulting in more coverage by networks," The .Denver Post, ۹ April, p. D۱

.(Baudrillard, Jean (۱۹۸۳) Simulations, New York: Semiotext(e

Bell, Catherine (۱۹۹۸) "Performance," in Mark C. Taylor (ed.) Critical Terms for Religious .Studies, Chicago: University of Chicago Press

Bellah, Robert (۱۹۷۴) "Civil religion in America," in Russell E. Richey and Donald G. .Jones (eds) American Civil Religion, New York: Harper Forum Books

The Broken Covenant: American Civil Religion in Time of Trial, San Francisco, (۱۹۸۴)— .CA: Harper

—(۱۹۸۶) Habits of the Heart: Individualism and Commitment in American Life, Berkeley: University of California Press.

Bennett, William (۱۹۹۳) Book of Virtues, New York: Simon Schuster.

Berger, Peter and Luckman, Thomas (۱۹۶۶) The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge, Garden City, New York: Anchor Books.

Best, Steven and Kellner, Douglas (۱۹۹۱) Postmodern Theory: Critical Interrogations, London: Macmillan.

Bird, S. Elizabeth (۲۰۰۳) The Audience in Everyday Life: Living in a Media World, New York: Routledge.

Blake, John (۲۰۰۴) "Christian wares expand in scope: holy socks, faith hero cards, tattoos on market," Atlanta Journal-Constitution, ۳ July, p. ۱B.

Blumenreich, Megan (۲۰۰۴) "Avoiding the pitfalls of 'conventional' narrative research: using poststructural theory to guide the creation of narratives of chil dren with HIV," Qualitative Research (۴)۱: ۷۰-۹۰.

Blumer, Jay (۱۹۷۵) The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research, Beverly Hills: Sage.

Borden, Anne (forthcoming) "What would Jesus buy? Christian booksellers nego tiate ministries and markets," in Lynn Schofield Clark (ed.)

.Religion, Media, and the Marketplace, New Brunswick: Rutgers

Bourdieu, Pierre (۱۹۸۴) Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste, trans. .Richard Nice, Cambridge, MA: Harvard University Press

Brasher, Brenda (۲۰۰۴) Give Me That On-Line Religion, Piscataway, NJ: Rutgers .University Press

Broadcasting and Cable Yearbook, ۲۰۰۲-۲۰۰۳ (۲۰۰۳) New York: Broadcasting Cable .Publications

Bruce, Steve (۱۹۹۰) Pray TV. Televangelism in America, London: Routledge. Bryant, J. and Zillmann, D. (eds) (۱۹۹۴) Media Effects: Advances in Theory and Research, .Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates

Buddenbaum, Judith and Stout, Daniel (۱۹۹۶) "Religion and mass media use: a review of the mass communication and sociological literature," Religion and Mass Media: .Audiences and Adaptations, London: Sage, pp. ۱۲-۳۴

Carey, James W. (۱۹۷۵) "A cultural approach to communication," Communication ۲(۲): .۱-۲۵

—(۱۹۸۹) Communication as Culture, Boston: Unwin-Hyman.

Carpenter, Joel (۱۹۸۵) "Tuning in the gospel: fundamentalist radio broadcasting and the revival of mass evangelism, ۱۹۳۰-۴۵," paper delivered to the Mid-America .American Studies Association, University of Illinois, Urbana, ۱۳ April

Carter, Bill (۲۰۰۴) "Many who voted for 'values' still like their television sin," The New York Times, ۲۲ November, p. Al.

Carter, Stephen (۲۰۰۰) God's Name in Vain: The Wrongs and Rights of Religion in Politics, New York: Basic Books.

Castelli, Elizabeth (۲۰۰۴) "Presentation to the Conference Media, Religion, and Culture," New York University, ۸ May.

Charters, Werrett Wallace (۱۹۳۳) Motion Pictures and Youth, New York: Macmillan.

Chidester, David (۲۰۰۰) "The church of baseball, the fetish of Coca-Cola and the potlach of rock 'n' roll," in Bruce Forbes and Jeffrey Mahan (eds) Religion and Popular Culture in America, Berkeley: University of California Press.

Chidester, David and Linenthal, Edward (eds) (۱۹۹۵) American Sacred Space, Bloomington: Indiana University Press.

Clark, Lynn Schofield (۲۰۰۲) "The Protestantization of research in media and reli gion," in Stewart M. Hoover and Lynn Schofield Clark (eds) Practicing Religion in the Age of the Media: Explorations in Media, Religion, and Culture, New York: Columbia University Press.

—(۲۰۰۳) From Angels to Aliens: Teenagers, the Media, and the Supernatural, New York: Oxford University Press.

Clark, Lynn Schofield and Hoover, Stewart M. (۱۹۹۷) "At the intersection of media, culture, and

religion: a bibliographic essay," in Stewart M. Hoover and Knut Lundby (eds) Rethinking Media, Religion, and Culture, Thousand Oaks, CA: Sage.

Couldry, Nick (۲۰۰۳) Media Rituals: A Critical Approach, London: Routledge.

Csikszentmihalyi, Mihaly and Rochberg-Halton, Eugene (۱۹۸۱) The Meaning of Things: Domestic Symbols and the Self, Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Dart, John and Allen, Jimmy (۱۹۹۳) Bridging the Gap, Nashville: Freedom Forum First Amendment Center.

Davison, W. Phillips (۱۹۸۳) "The third-person effect in communication," Public Opinion Quarterly ۴۷ (spring): ۱-۱۵.

Dayan, Daniel and Katz, Elihu (۱۹۹۲) Media Events: The Live Broadcasting of History, Cambridge, MA: Harvard University Press.

de Kerckhove, Derrick and Dewdney, Christopher (۱۹۹۵) The Skin of Culture, Toronto: Somerville House Publishing.

De Tocqueville, Alexis (۲۰۰۰) Democracy in America, Chicago, IL: University of Chicago Press.

De Vries, Hent (۲۰۰۱) "In media res: global religion, public spheres, and the task of contemporary comparative religious studies," in Hent De Vries and Samuel Weber (eds) Religion and Media, Stanford: Stanford University Press.

De Vries, Hent and Weber, Samuel (eds) (۲۰۰۱) Religion and Media, Stanford: Stanford University Press.

Denzin, Norman K. (۱۹۸۹) Interpretive Biography, Newbury Park, CA: Sage.

—(۱۹۹۲) Symbolic Interactionism and Cultural Studies: The Politics of Interpre tation, Oxford: Blackwell.

Derrida, Jacques (۲۰۰۱) "Above all, no journalists!" in Hent De Vries and Samuel Weber (eds) Religion and Media, Stanford: Stanford University Press.

Dorgan, Howard (۱۹۹۳) The Airwaves of Zion: Radio and Religion in Appalachia, Knoxville: University of Tennessee Press.

Durkheim, Emile (۱۹۹۵) Elementary Forms of the Religious Life, trans. Karen E. Fields, New York: The Free Press.

Eck, Diana (۲۰۰۱) A New Religious America: How the World's Most "Christian Country" Has Now Become the World's Most Religiously Diverse Nation, San Francisco: HarperCollins.

Eisenstein, Elizabeth (۱۹۷۹) The Printing Press as an Agent of Change, New York: Cambridge University Press.

Ellens, J. Harold (۱۹۷۴) Models of Religious Broadcasting, Grand Rapids: Eerd mans.

Ellul, Jacques (۱۹۶۷) The Technological Society, New York: Vintage.

Enzensberger, Hans Magnus (۱۹۷۴) The Consciousness Industry: On Literature, Politics, and the Media, New York: Seabury Press.

Epstein, Edward Jay (۱۹۷۲) News from Nowhere: Television and the News, New York: Random House.

Evans, Clay (۱۹۹۹) "A church for all seasons," Boulder Daily Camera, ۸ May, p.IE.

Festinger, Leon (۱۹۵۷) A Theory of Cognitive Dissonance, Evanston, IL: Row Peterson.

Fischer, Claude (۱۹۹۴) America Calling: A Social History of the Telephone to ۱۹۴۰, Berkeley: University of California Press.

Fiske, John (۱۹۸۷) Television Culture, London: Routledge.

Foote, Kenneth (۱۹۹۷) Shadowed Ground: America's Landscapes of Violence and Tragedy, Austin: University of Texas Press.

Forbes, Bruce David and Mahan, Jeffrey (۲۰۰۰) Religion and Popular Culture in America, Berkeley: University of California Press.

Fore, William E. (۱۹۸۷) Television and Religion. The Shaping of Faith, Values and Culture, Minneapolis: Augsburg/Fortress.

—(۱۹۹۰) Mythmakers: Gospel, Culture and Media, New York: Friendship Press.

Frankl, Razelle (۱۹۸۷) Televangelism: The Marketing of Popular Religion, Carbon dale, IL: Southern Illinois University Press.

Fraser, Nancy (۱۹۹۳) "Rethinking the public sphere: a contribution to the critique of actually-existing democracy," in B. Robbins (ed.) The Phantom Public Sphere, .Minneapolis: University of Minnesota Press, pp. ۱-۳۲

.Gans, Herbert (۱۹۷۹) Deciding What's News, New York: Pantheon

Garnham, Nicholas. (۱۹۹۵) "Political economy and cultural studies: reconciliation or .divorce?" Critical Studies in Mass Communication ۱۲: ۶۲-۷۱

.Garron, Barry (۱۹۹۸) "Touched by an angel," Hollywood Reporter, April ۲۰

Gauntlets, David and Hill, Annette (۱۹۹۹) TV Living: Television Culture and Everyday .Life, London: Routledge and the British Film Institute

.Geertz, Clifford (۱۹۷۳) The Interpretation of Cultures, New York: Basic Books

Gerbner, George and Connolly, Kathleen (۱۹۷۸) "Television as new religion," New .Catholic World, March/April: ۵۲-۶

Gerbner, George, Gross, Larry, Hoover, Stewart, Morgan, Michael, and Signorielli, Nancy (۱۹۸۹) "Response to 'Star Wars of a Different Kind: Reflections on the Politics of the Religion and Television Research Study,'" Review of Religious Research ۳۱(۲) .(December): ۱۱۱-۲۴

Gerbner, George, Gross, Larry, Hoover, Stewart, Morgan, Michael, Signorelli, Nancy, Wuthnow, Robert and Cotugno, Harry (۱۹۸۴) Religion and Television: A Research Report by the Annenberg

.School of Communications, Philadelphia: The Annenberg School

Gergen, Kenneth (۱۹۹۱) The Saturated Self: Dilemmas of Identity in Contempo rary .Life, New York: Basic Books

Technology and the self: from the essential to the sublime," in Debra Grodin" (۱۹۹۶)— and Thomas R. Lindlof (eds) Constructing the Self in a Mediated World, Thousand .Oaks: Sage

Giddens, Anthony (۱۹۹۱) Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late .Modern Age, Stanford: Stanford University Press

Gillis, John R. (۱۹۹۴) "Memory and identity: the history of a relationship," in John R. Gillis (ed.) Commemorations: The Politics of National Identity, Princeton: Princeton .University Press

Ginsburg, Faye, Abu-Lughod, Lila, and Larkin, Brian (eds) (۲۰۰۲) Media Worlds: Anthropology on New Terrain, Berkeley: University of California Press. Goethals, .Gregor (۱۹۸۲) TV Ritual: Worship at the Video Altar, Boston, MA: Beacon Press

Escape from time: ritual dimensions of popular culture," in Stewart M. Hoover" (۱۹۹۷)— and Knut Lundby (eds) Rethinking Media, Religion, and Culture, Thousand Oaks, CA: .Sage

The electronic golden calf: transforming ritual and icon," in Bruce Forbes and" (۲۰۰۰)— Jeffrey Mahan (eds) Religion and Popular Culture in America, Berkeley: University of .California Press

Goffman, Erving (۱۹۵۹) The Presentation of Self in Everyday Life, Garden City, NY: .Doubleday

Goodman, Barak and Dretzin, Rachel (۲۰۰۱) PBS Frontline Video "The Merchants of .Cool." WGBH

Grimes, Ron (۲۰۰۱) "Ritual and the media," in Stewart M. Hoover and Lynn Schofield Clark (eds) Practicing Religion in the Age of the Media: Studies in Media, Religion, and .Culture, New York: Columbia University Press

Grossberg, Lawrence (۱۹۹۲) We Gotta Get Out Of This Place: Popular Conser vatism .and Postmodern Culture, New York: Routledge

Cultural studies vs. political economy: is anyone else bored with this debate?"" (۱۹۹۵)— .Critical Studies in Mass Communication ۱۲: ۷۲-۸۱

Guba, Egon and Lincoln, Yvonne (۱۹۹۴) "Competing paradigms in qualitative research," in Norman Denzin and Yvonne Lincoln (eds) Handbook of Qualita tive Research, .Thousand Oaks: Sage

Gunter, Barrie and McAleer, Jill (۱۹۹۷) Children and Television, ۲nd edn, London: .Routledge

Haas, Kristin Ann (۱۹۹۸) Carried to the Wall: American Memory and the Vietnam .Veterans Memorial, Berkeley: University of California Press

Habermas, Jurgen (۱۹۸۵) The Theory of Communicative Action, Volume Two: Life .world and System: A Critique of Functionalist Reason, Boston, MA: Beacon Press

—(۱۹۸۹) The Structural Transformation of the Public Sphere, Cambridge: MIT Press.

Hadden, Jeffery K. and Cowan, Douglas E. (۲۰۰۱) Religion on the Internet, Vol. ۸, London: Elsevier Science and Technology Books.

Hadden, Jeffrey and Shupe, Anson (۱۹۸۸) Televangelism: Power and Politics on God's Frontier, New York: Henry Holt.

Hadden, Jeffrey K. and Swann, Charles E. (۱۹۸۱) Prime-Time Preachers: The Rising Power of Televangelism, Reading, MA: Addison-Wesley.

Hall, David (ed.) (۱۹۹۷) Lived Religion in America: Toward a Theory of Practice, Princeton: Princeton University Press.

Hall, Stuart and Jefferson, Tony (eds) (۱۹۷۶) Resistance through Rituals: Youth Subcultures in Post-War Britain, London: Hutchinson.

Hammond, Philip (۱۹۹۲) Religion and Personal Autonomy: The Third Disestab lishment in America, Columbia, SC: University of South Carolina Press.

Hangen, Tona (۲۰۰۲) Redeeming the Dial: Radio, Religion, and Popular Culture in America, Chapel Hill, NC: University of North Carolina Press.

Harvey, David (۱۹۸۹) The Condition of Postmodernity: An Enquiry into the Origins of Cultural Change, Oxford: Blackwell.

Heelas, Paul and Woodhead, Linda (eds) (۲۰۰۰) Religion in Modern Times: An Interpretive Anthology, Oxford: Blackwell Publishers.

Hendershot, Heather (۲۰۰۴) Shaking the World for Jesus: Media and Conservative .Evangelical Culture, Chicago: University of Chicago Press

Herberg, William (۱۹۸۳) Protestant – Catholic – Jew: An Essay in American Reli gious .Society, Chicago, IL: University of Chicago Press

Hinsliff, Gaby (۲۰۰۰) "Evangelists may spread the word by radio," [London] Observer, .۲۷ August, p. ۷

Hirsch, Michael (۲۰۰۴) "Bernard Lewis revisited," Washington Monthly, November, :From

www.washingtonmonthly.com/features/۲۰۰۴/۰۴۱۱.hirsh.html [accessed ۵ February .[۲۰۰۶

Hood, Lee (۲۰۰۱) "The Local News Audience and Sense of Place: A Home in the Global .Village," Ph.D. dissertation, University of Colorado

Hoover, Stewart M. (۱۹۸۷) "The religious television audience: a matter of size or .significance?" Review of Religious Research ۲۹: ۱۳۵-۵۱

Mass Media Religion: The Social Sources of the Electronic Church, London: (۱۹۸۸)— .Sage

Religion in the News: Faith and Journalism in American Public Discourse, (۱۹۹۸)— .Newbury Park: Sage

Meaning, faith and spirituality in the media world," in Jolyon Mitchell and" (۲۰۰۳)— Sophia Marriage (eds) Mediating Religion: Conversations I . n Media, Religion and .Culture, Edinburgh: T. T. Clark/Continuum

Hoover, Stewart M., Clark, Lynn Schofield, and Alters, Diane F. with Joseph G. Champ and Lee Hood (۲۰۰۴) Media, Home, and Family, New York: Routledge.

Hoover, Stewart M., Clark, Lynn Schofield, and Rainie, Lee (۲۰۰۴) Faith Online. A report of the Pew Internet and American Life Project. From:

www.pewinternet.org.

Hoover, Stewart M. and Park, Jin Kyu (۲۰۰۵) "Religion and meaning in the digital age: field research on Internet[Web religion," in Eric Rothenbuhler and Mihai Coman (eds) Media Anthropology, Thousand Oaks: Sage.

Hoover, Stewart and Russo, Anna Maria (۲۰۰۲) "Ritual, representation, and media in public commemoration." Paper presented to the American Academy of Religion (AAR) Annual Meeting, Toronto, Canada, November.

Hoover, Stewart M. and Venturelli, Shalini S. (۱۹۹۶) "The category of the reli gious: the blindspot of contemporary media theory?" Critical Studies in Mass Communication ۱۳: ۲۵I-۶۵.

Hoover, Stewart M. and Wagner, Douglas K. (۱۹۹۷) "History and policy in Amer ican broadcast treatment of religion," Media, Culture and Society ۱۹(۱) (January): ۷-۲۷.

Hoover, Stewart, Venturelli, Shalini, and Wagner, Douglas (۱۹۹۵) Final Report: Religion and Journalism, Boulder: University of Colorado.

Horkheimer, Max and Adorno, Theodor W. (۱۹۷۲) Dialectics of Enlightenment, trans. John Cumming, New York: Seabury Press, pp. ۱۲۰-۶۷.

Horsfield, Peter (۱۹۸۴) Religious Television: The American Experience, New York: Longman Press.

Huesmann, L.R. and Malamuth, N.M. (eds) (۱۹۸۶) "Media violence and antisocial behavior" (special issue), Journal of Social Issues ۴۲(۳).

Hunter, James Davidson (۱۹۹۲) Culture Wars: The Struggle to Define America, New York: Basic Books.

Innis, Harold (۱۹۵۰) Empire and Communication, Toronto: University of Toronto Press.

Ismail, Faezah (۲۰۰۱) "Showing the true face of Islam," New Straits Times (Malaysia), ۱۸ November, p. ۱.

Jameson, Frederic (۱۹۹۲) Postmodernism, or, the Cultural Logic of Late Capi talism, Durham: Duke University Press.

Jamison, Kathleen (۲۰۰۰) Everything You Think You Know about Politics ... and Why You're Wrong, New York: Basic Books.

—(۲۰۰۲) The Press Effect: Politicians, Journalists, and the Stories that Shape the Political World, New York: Oxford University Press.

Jenkins, Henry (۱۹۹۲) Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture, New York: Routledge.

Jhally, Sut (۱۹۹۰) Codes of Advertising: Fetishism and the Political Economy of Meaning in the Consumer Society, New York: Routledge.

Juergensmeyer, Mark (۲۰۰۱) Remarks to the annual meeting of the Society for the Scientific Study of Religion, Columbus, OH, November.

Katz, Elihu and Lazersfeld, Paul (۱۹۵۵) Personal Influence, Glencoe, IL: Free Press.

Katz, Elihu and Liebes, Tamar (۱۹۸۵) "Mutual aid in the decoding of Dallas preliminary notes from a cross-cultural study," in Phillip Drummond and Richard Paterson (eds) Television in Transition: Papers from the First International Television Studies Conference, London: British Film Institute.

Keeler, Janet K. (۲۰۰۱) "Amazing grace: thanking God helps in times of sadness," Boulder Daily Camera, ۲۹ September, p. ۱D.

Kellner, Douglas (۱۹۸۹) Critical Theory, Marxism and Modernity, Cambridge: Polity Press, chs ۵ and ۶.

—(۱۹۹۲) The Persian Gulf TV War, Boulder: Westview Press.

Kerevan, George (۲۰۰۱) "Faithful cynics of a new nation," Scotsman, ۳۰ April, p. ۳.

Koch, Gertrud (۲۰۰۱) "Mimesis and the ban on graven images," in Hent DeVries and Samuel Weber (eds) Religion and Media, Stanford: Stanford University Press, pp. ۱۵۱-۶۲.

Kornblut, Anne (۲۰۰۰) "Changes are voted for public television bill, gives air time to .religious groups," The Boston Globe, ۲۱ June, p. A۳

Korp, Maureen (۱۹۹۷) "Teaching from the headlines: myth and the media coverage of .Diana's death," Religious Studies News, ۲۰ November, p. ۲۰

.Kristof, Nicholas (۲۰۰۳) "Believe it, or not," New York Times, ۱۵ August, p. A۶

Kubey, Robert William and Csikszentmihalyi, Mihaly (۱۹۹۰) Television and the Quality of Life: How Viewing Shapes Everyday Experiences, Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum .Associates

Television addiction is no mere metaphor," Scientific American, February," (۲۰۰۲)— :From

www.simpletoremember.com/vitals/TV–Danger–SCIAM.htm [accessed ۵ February .۲۰۰۵]

Lasch, Christopher (۱۹۷۷) Haven in a Heartless World: The Family Besieged, New York: .Basic Books

Lattin, Don (۲۰۰۳) "Surveys show jump in people who belong to church of ,none'," .Boulder Daily Camera, ۶ December, p. D۱

Lerner, Daniel (۱۹۶۴) Passing of Traditional Society, New York: Simon Schuster Adult .Publishing Group

Liebert, Robert L. and Sprafkin, Joyce (۱۹۸۸) The Early Window: The Effects of .Television on Children and Youth, New York: Pergamon

Liebes, Tamar and Katz, Elihu (۱۹۹۰) The Export of Meaning: Cross-Cultural Readings of "Dallas," New York: Oxford University Press.

Lieblich, Amia, Tuval-Mashiach, Rivka, and Zilber, Tamar (۱۹۹۸) Narrative Research: Reading, Analysis, and Interpretation, Newbury Park, CA: Sage.

Lifton, Robert Jay (۱۹۹۳) The Protean Self. Human Resilience in an Age of Fragmentation, New York: Basic Books.

Linenthal, Edward (۲۰۰۱) The Unfinished Bombing: Oklahoma City in American Memory, New York: Oxford University Press.

Livingstone, Sonia (۲۰۰۲) Young People and New Media: Childhood and the Changing Media Environment, London: Sage.

Loconte, Joe (۲۰۰۴) Commentary, All Things Considered, National Public Radio, Friday, ۵ November.

Lull, James (۱۹۸۸) World Families Watch Television, Beverly Hills: Sage.

—(۱۹۹۱) Inside Family Television, London: Routledge.

Lynch, Gordon (۲۰۰۵) Understanding Theology and Popular Culture, Oxford: Blackwell.

McAdams, Dan P. (۱۹۹۳) The Redemptive Self. Stories Americans Live by, New York: Oxford University Press.

—(۱۹۹۸) Narrative Analysis, Newbury Park, CA: Sage.

McChesney, Robert (۱۹۹۵) Telecommunications, Mass Media, and Democracy: The Battle for the Control of US Broadcasting, ۱۹۲۸-۱۹۳۵, Oxford: Oxford University Press.

McChesney, Robert W. and Nichols, John (۲۰۰۲) Our Media, Not Theirs: The Democratic Struggle against Corporate Media, New York: Seven Stories Press.

McCloud, Sean (۲۰۰۴) Making the American Religious Fringe: Exotics, Subversives, and Journalists, ۱۹۵۵-۱۹۹۳, Chapel Hill: University of North Carolina Press.

McDannell, Colleen (۱۹۹۸) Material Christianity: Religion and Popular Culture in America, New Haven, CT: Yale University Press.

McDevitt, Michael and Chaffee, Steven (۲۰۰۰) "Closing gaps in political commu nication and knowledge: effects of a school intervention," Communication Research ۲۷(۳): ۲۵۹-۹۲.

McGuire, William J. (۱۹۸۶) "The myth of massive media impact: savagings and salvagings," in George Comstock (ed.) Public Communication and Behavior, Vol. ۱, London: Academic Press, pp. ۱۷۵-۲۵۷.

McLuhan, Marshall (۱۹۹۴) Understanding Media: The Extensions of Man, Cambridge, MA: MIT Press.

McQuail, Denis (۱۹۷۰) Towards a Sociology of Mass Communication, New York: Macmillan Publishing Co.

Mandel, Ruth (۲۰۰۲) "A Marshall Plan of the mind: the political economy of a Kazakh soap opera," in Faye Ginsburg, Lila Abu-Lughod, and Brian Larkin (eds) Media Worlds: Anthropology on New Terrain, Berkeley: University of California Press.

Marc, David (۱۹۹۶) Demographic Vistas: Television in American Culture, Philadel phia, PA: University of Pennsylvania Press.

Marsden, George (۱۹۸۳) "Preachers of paradox," in Mary Douglas and Steven Tipton (eds) Religion and America: Spiritual Life in a Secular Age, Boston, MA: Beacon Press.

Martin, Joel and Ostwald, Conrad (۱۹۹۵) Screening the Sacred: Religion, Myth, and Ideology in Popular American Film, Boulder: Westview Press.

Martin-Barbero, Jesus (۱۹۹۷) "Mass media as a site of resacralization of contem porary cultures," in Stewart Hoover and Knut Lundby (eds) Rethinking Media, Religion and Culture, Newbury Park, CA: Sage.

Marvin, Carolyn (۱۹۹۹) Blood Sacrifice and the Nation: Totem Rituals and the American Flag, Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Mattalart, Armand, Emmanuel, Susan, and Cohen, James (۱۹۹۴) Mapping World Communication: War, Progress, Culture, Minneapolis: University of Minnesota Press.

Mead, George Herbert (۱۹۳۴) Mind, Self and Society, Chicago: University of Chicago Press.

.Medved, Michael (۱۹۹۲) Hollywood vs. America, New York: HarperCollins Publishers

.Messaris, Paul (۱۹۹۴) Visual Literacy, Boulder, CO: Westview Press

Meyers, Kenneth (۱۹۸۹) All God's Children and Blue Suede Shoes: Christians and .Popular Culture, Wheaton, IL: Good News Publishers

Meyerwitz, Joshua (۱۹۸۵) No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social .Behavior, New York: Oxford University Press

.Miles, Margaret (۱۹۹۷) Seeing and Believing, Boston: Beacon Press

Miller, Daniel and Slater, Don (eds) (۲۰۰۰) The Internet: An Ethnographic Approach, .Oxford: Berg

Mitchell, Jolyon (۲۰۰۰) Visually Speaking: Radio and the Renaissance of Preaching, .Louisville, KY: Presbyterian Publishing Corporation

Theology and film," in David Forth (ed.) The Modern Theologians, Oxford:" (۲۰۰۵)— .Blackwell

.Media and Christian Ethics, Cambridge, UK: Cambridge University Press (۲۰۰۶)—

Moore, Laurence R. (۱۹۹۵) Selling God: American Religion in the Marketplace of .Culture, New York: Oxford University Press

Moores, Shaun (۱۹۹۳) Interpreting Audiences: The Ethnography of Media .Consumption, London: Sage

Morgan, David (۱۹۹۶) Icons of American Protestantism: The Art of Warner Bauman, New Haven, CT: Yale University Press.

—(۱۹۹۸) Visual Piety: A History and Theory of Popular Religious Images, Berkeley: University of California Press.

—(۱۹۹۹) Protestants and Pictures: Religion, Visual Culture, and the Age of American Mass Production, New York: Oxford.

—(۲۰۰۴) "Catholic visual piety and The Passion of the Christ," in Brent S. Plate (ed.) Re-Viewing The Passion: Mel Gibson's Film and Its Critics, New York: Palgrave Macmillan, pp. ۸۵-۹۶.

Morgan, David and Promey, Sally (eds) (۲۰۰۱) The Visual Culture of American Religions, Berkeley and Los Angeles, CA: University of California Press.

Morgan, Michael (۱۹۸۷) "Television, sex-role attitudes, and sex-role behavior," Journal of Early Adolescence ۷(۳) (fall): ۲۹۹-۳۱۴.

Morley, David (۱۹۹۲) Television, Audiences, and Cultural Studies, London: Rout-ledge.

Muggeridge, Malcolm (۱۹۷۷) Christ and the Media, London: Hodder Stoughton.

Murdock, Graham (۱۹۹۷) "The re-enchantment of the world: religion and the transformation of modernity," in Stewart M. Hoover and Knut Lundby (eds) Rethinking Media, Religion, and Culture, Thousand Oaks, CA: Sage.

.Neighbour, Roger (۱۹۹۲) The Inner Apprentice, Plymouth, UK: Petroc Press

Neuhaus, Richard John (۱۹۸۶) The Naked Public Square: Religion and Democracy in America, ۲nd edn, Grand Rapids, MI: Wm. B. Eerdmans Publishing Company.

Newcomb, Horace (۱۹۸۷) Television: The Critical View, New York: Oxford University Press.

Newcomb, Horace and Hirsch, Paul (۱۹۸۳) "Television as a cultural forum: impli cations for research," Quarterly Review of Film Studies ۸: ۴۸-۵۵.

Nolan, Steve (۲۰۰۳) "Towards a new religious film criticism: using film to under stand religious identity rather than locate cinematic analogue," in Jolyon Mitchell and Sophia Marriage (eds) Mediating Religion: Conversations in Media, Religion, and Culture, London: T.T. Clark.

Nord, David Paul (۲۰۰۴) Faith in Reading: Religious Publishing and the Birth of Mass Media in America, New York: Oxford University Press.

Olsen, Ted (۲۰۰۵) "Who's driving this thing?" Christianity Today Online, ۲۱ February,From:

www.christianitytoday.com/ct/۲۰۰۵/۱۰۸/۱۲.۰.html

[accessed ۲۶ June ۲۰۰۵].

Ong, Walter (۱۹۸۶) The Presence of the Word: The Prolegomena for Cultural and Religious History, Minneapolis: University of Minnesota Press.

—(۲۰۰۲) Orality and Literacy, New York: Routledge.

Ortner, Sherry (۱۹۹۳) "Ethnography among the Newark: the class of '۵۸ of Weequakic .high school," Michigan Quarterly Review ۳۲: ۴۱۱-۲۹

Overcash, J. (۲۰۰۴) "Narrative research: a viable methodology for clinical nursing," .Nursing Forum ۳۹(۱) (January-March): ۱۵-۲۲

Parker, Everett C., Barry, David W., and Smythe, Dallas W. (۱۹۵۵) The Television-Radio .Audience and Religion, New York: Harper's Publishing

Peck, Janice (۱۹۹۳) The Gods of Televangelism: The Crisis of Meaning and the Appeal .of Religious Television, Lexington, MA: Greenwood Press

Pike, Sarah (۲۰۰۱) "After Columbine: demonic teens on the Internet, God's martyrs in the headlines," presentation to the Religion and Popular Culture Division, American .Academy of Religion, Denver

Pinsky, Mark L. (۲۰۰۱) The Gospel According to The Simpsons: The Spiritual Life of the .World's Most Animated Family, Louisville: Westminster/John Knox

.Poovakkattu, Varghese (۲۰۰۳) Letter to the editor, Time [European Edition], ۱۴ July, p. ۸

Postman, Neil (۱۹۸۶) Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show .Business, New York: Penguin Books

Technopoly: The Surrender of Culture to Technology, New York: Vintage (۱۹۹۳)— .Books

Promey, Sally (۱۹۹۶) "Interchangeable art: Warner Sallman and the critics of mass :culture," in David Morgan (ed.) Icons of American Protestantism

.The Art of Warner Sallman, New Haven: Yale University Press

Putnam, Robert (۱۹۹۶) "The strange disappearance of civic America," The Amer ican :Prospect ۲۴ (winter),From

www.prospect.org/printN۷/۲۴/putnam-r.html

.[accessed ۵ February ۲۰۰۶]

Quebedeaux, Richard (۱۹۷۴) The Young Evangelicals: Revolution in Orthodoxy, New .York: Harper Row

Quicke, Andrew and Quicke, Juliet (۱۹۹۲) Hidden Agendas: The Politics of Reli gious Broadcasting in Britain, ۱۹۸۷-۱۹۹۱, Virginia Beach, VA: Dominion Kings Grant .Publications, Inc

.Reed-Danahay, Deborah (۱۹۹۷) Auto/Ethnography, New York: Berg

Reeves, Byron and Nass, Clifford (۱۹۹۶) The Media Equation: How People Treat Computers, Television, and New Media like Real People and Places, Cambridge, UK: .Cambridge University Press

Richardson, Miles (۲۰۰۱) "The gift of presence: the act of leaving artifacts at shrines, memorials, and other tragedies," in Paul Adams, Steven Hoelscher, and Karen E. Till (eds) Textures of Places: Exploring Humanist Geographies, Minneapolis: University of .Minnesota Press

Ricoeur, Paul (۱۹۹۱) From Text to Action, trans. Kathleen Blarney and John B. .Thompson, Evanston: Northwestern University Press

—(۱۹۹۲) Oneself as Another, trans. Kathleen Blarney, Chicago: University of Chicago Press.

Roof, Wade Clark (۱۹۹۲) A Generation of Seekers, San Francisco: HarperCollins.

—(۱۹۹۹) Spiritual Marketplace: Baby Boomers and the Remaking of American Religion, Princeton: Princeton University Press

Rosenthal, Michele (۲۰۰۱) "Turn it off: TV criticism in the Christian Century Magazine, ۱۹۴۶-۱۹۶۰," in Stewart M. Hoover and Lynn Scofield Clark (eds) Practicing Religion in the Age of the Media: Explorations in Media, Religion, and Culture, New York: Columbia University Press.

—(۲۰۰۴) Satan and Savior: American Protestants and the New Medium of Tele vision, Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan.

Rothenbuhler, Eric (۱۹۹۸) Ritual Communication: From Everyday Conversation to Mediated Ceremony, Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Saebo, Gunnar (۲۰۰۳) "Media, Ritual and the Cultivation of Collective Represen tations," Doctoral Thesis, Faculty of Arts, University of Oslo, pp. ۲۷۲-۵.

Said, Edward (۱۹۷۹) Orientalism, New York: Vintage.

—(۱۹۹۷) Covering Islam: How the Media and the Experts Determine How We See the Rest of the World, New York: Vintage.

Schmalzbaur, John (۲۰۰۳) People of Faith: Religious Conviction in American Journalism and Higher Education, Ithaca, NY: Cornell University Press.

Schmidt, Leigh E. (۱۹۹۵) Consumer Rites: The Buying and Selling of American Holidays, Princeton: Princeton University Press.

Schneider, Manfried (۲۰۰۱) "Luther with McLuhan," in Hent De Vries and Samuel Weber (eds) Religion and Media, Stanford: Stanford University Press, pp. ۱۸۹-۲۱۵.

Schorr, Daniel (۲۰۰۴) Commentary, Weekend Edition Sunday, National Public Radio, ۱۱ January.

Schudson, Michael and Tiffs, Susan (۲۰۰۵) "American journalism in historical perspective," in Overholser, Geneva and Hall Jamieson, Kathleen (eds) The Press, New York: Oxford University Press.

Schultze, Quentin (۱۹۸۷) "The mythos of the electronic church," Critical Studies in Mass Communication ۴(۳): ۲۴۵-۶۱.

—(ed.) (۱۹۹۰) American Evangelicals and the Mass Media: Perspectives on the Relationship between American Evangelicals and the Mass Media, Grand Rapids: Zondervan.

—(۲۰۰۲) Habits of the High-Tech Heart, North Dartmouth, MA: Baker Books. Schultze, Quentin J. et al. (۱۹۹۱) Dancing in the Dark: Youth,

.Popular Culture, and the Electronic Media, Grand Rapids: Eerdmans

Seiter, Ellen (۱۹۹۹) Television and New Media Audiences, Oxford: Oxford Univer sity .Press

Sieftert, Marsha (۱۹۹۴) "The audience at home: the early recording industry and the marketing of popular taste," in James Ettema and D. Charles Whitney (eds) .Audiencemaking: How the Media Create the Audience, Thousand Oaks: Sage

Silk, Mark (۱۹۹۵) Unsecular Media: Making News of Religion in America, Champaign, IL: .University of Illinois Press

Silverman, Rachel Emma (۱۹۹۹) "Ministry vows to beam Second Coming via Internet," .The Denver Post, ۲۰ June, p. ۲۱A

Silverstone, Roger (۱۹۸۱) The Message of Television: Myth and Narrative in .Contemporary Culture, London: Heinemann

Television myth and culture," in James Carey (ed.) Media, Myths and" (۱۹۸۸)— .Narratives, Television and the Press, Newbury Park, CA: Sage

Television and everyday life: towards an anthropology of the televi sion" (۱۹۹۱)— audience," in Margorie Ferguson (ed.) Public Communication: The New Imperatives, .London: Sage, pp. ۱۷۳-۸۹

.Television and Everyday Life, London: Routledge (۱۹۹۴)—

.Singer, Saul (۲۰۰۱) "Unbelieving West," Jerusalem Post, ۳۰ November, p. ۹A

Sloan, William David, Sloan, David, and Starts, James D. (١٩٨٩) The Media in America: A History, Worthington, OH: Publishing Horizons.

Smith, R. (٢٠٠١) "Snapshots of September ١١, 'A Gathering of Witnesses'," New York Times, ١١ October, p. E١.

Snoddy, Raymond (٢٠٠٢) "A man of ideas but not of faith," The Times, ٢۴ October, Section ٢, p. ٩.

Spiegel, Lynn (١٩٩٢) Make Room for TV. Television and the Family Ideal in Postwar America, Chicago: University of Chicago Press.

Stark, Rodney and Bainbridge, William S. (١٩٨۵) The Future of Religion: Secularization, Revival and Cult Formation, Berkeley: University of California Press.

Stout, Daniel and Buddenbaum, Judith (eds) (١٩٩۶) Religion and Mass Media:Audiences and Adaptations, Newbury Park, CA: Sage.

Strawson, Galen (٢٠٠۴) "Against narrative," Times Literary Supplement, ١۵ October.

Sturken, Martia and Cartwright, Lisa (٢٠٠١) Practices of Looking: An Introduc tion to Visual Culture, Oxford: Oxford University Press.

Taylor, Charles (١٩٨٩) Sources of the Self. The Making of the Modern Identity, Cambridge, MA: Harvard University Press.

The Newshour with Jim Lehrer, ١٢ November ٢٠٠١.

Thomas, Giinter (١٩٩٨) Medien, Ritual, Religion: Zur religiosen Funktion des Fernshens, Frankfurt: Suhrkamp.

—(۲۰۰۵) "Religious forms on television," in Eric Rothenbuhler and Mihai Coman (eds) Media Anthropology, Thousand Oaks, CA: Sage.

Thompson, John B. (۱۹۹۵) The Media and Modernity, Stanford: Stanford Univer sity Press.

Tunnies, Ferdinand (۱۹۵۷) Community and Society (Gemeinschaft and Gesellschaft), East Lansing, MI: Michigan State University Press.

Tracey, Michael (۱۹۹۸) The Decline and Fall of Public Service Broadcasting, Oxford: Oxford University Press.

Tuchman, Gaye (۱۹۸۰) Making News, New York: The Free Press.

Turner, Graeme (۱۹۹۰) British Cultural Studies: An Introduction, London: Unwin Hyman.

Underwood, Doug (۲۰۰۲) From Yahweh to Yahoo!: The Religious Roots of the Secular Press, Urbana: University of Illinois Press.

Warner, R. Stephen (۱۹۹۳) "Work in progress toward a new paradigm for the soci ological study of religion in the United States," American Journal of Sociology ۹۸(۵) (March): ۱۰۴۴-۹۳.

Warren, Michael (۱۹۹۷) Seeing through the Media: A Religious View of Communications and Cultural Analysis, Harrisburg: Trinity Press International.

Wildmon, Don (۱۹۸۹) Don Wildmon: The Man the Networks Love to Hate, Anderson, IN: Bristol House Ltd.

Williams, Raymond (۱۹۷۷) Marxism and Literature, New York: Oxford University Press.

Wilson, David (۲۰۰۵) "The US church that sold itself without selling its soul," United Church (Canada) Observer (June), pp. ۳۲-۵.

Winston, Diane (۲۰۰۰) Red-Hot and Righteous: The Urban Religion of the Salva tion Army, Cambridge, MA: Harvard University Press.

Wright, Charles (۱۹۷۴) The Sociology of Mass Communication, Chicago: Univer sity of Chicago Press.

Wuthnow, Robert (۱۹۹۰) The Restructuring of American Religion: Society and Faith since World War ۱۱, Princeton, NJ: Princeton University Press.

—(۱۹۹۸) After Heaven: Spirituality in America since the ۱۹۵۰s, Berkeley: University of California Press.

Yamane, David (۱۹۹۷) "Secularization on trial: in defense of a neo-secularization paradigm," Journal for the Scientific Study of Religion ۳۶ (March): ۱۰۷-۲۰.

Zaleski, Jeffrey P. (۱۹۹۷) The Soul of Cyberspace: How New Technology Is Changing Our Spiritual Lives, San Francisco: HarperCollins.

Zelizer, Barbie (۲۰۰۵) "Finding aids to the past: bearing personal witness to trau matic public events," in Eric Rothenbuhler and Mihai Coman (eds) Media Anthropology, Thousand Oaks, CA: Sage.

Zerbisias, Antonia (۱۹۹۷) "Hallelujah! TV sees the light: spiritually inspired series are going forth and multiplying in God's country," Toronto Star, ۷ December, p. B۱.

درباره مرکز

بسمه تعالی

هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ

آیا کسانی که می‌دانند و کسانی که نمی‌دانند یکسانند ؟

سوره زمر/ ۹

مقدمه:

موسسه تحقیقات رایانه ای قائمیه اصفهان، از سال ۱۳۸۵ هـ.ش تحت اشراف حضرت آیت الله حاج سید حسن فقیه امامی (قدس سره الشریف)، با فعالیت خالصانه و شبانه روزی گروهی از نخبگان و فرهیختگان حوزه و دانشگاه، فعالیت خود را در زمینه های مذهبی، فرهنگی و علمی آغاز نموده است.

مرامنامه:

موسسه تحقیقات رایانه ای قائمیه اصفهان در راستای تسهیل و تسریع دسترسی محققین به آثار و ابزار تحقیقاتی در حوزه علوم اسلامی، و با توجه به تعدد و پراکندگی مراکز فعال در این عرصه و منابع متعدد و صعب الوصول، و با نگاهی صرفا علمی و به دور از تعصبات و جریانات اجتماعی، سیاسی، قومی و فردی، بر مبنای اجرای طرحی در قالب « مدیریت آثار تولید شده و انتشار یافته از سوی تمامی مراکز شیعه» تلاش می نماید تا مجموعه ای غنی و سرشار از کتب و مقالات پژوهشی برای متخصصین، و مطالب و مباحثی راهگشا برای فرهیختگان و عموم طبقات مردمی به زبان های مختلف و با فرمت های گوناگون تولید و در فضای مجازی به صورت رایگان در اختیار علاقمندان قرار دهد.

اهداف:

۱.بسط فرهنگ و معارف ناب ثقلین (کتاب الله و اهل البیت علیهم السلام)

۲.تقویت انگیزه عامه مردم بخصوص جوانان نسبت به بررسی دقیق تر مسائل دینی

۳.جایگزین کردن محتوای سودمند به جای مطالب بی محتوا در تلفن های همراه ، تبلت ها، رایانه ها و ...

۴.سرویس دهی به محققین طلاب و دانشجو

۵.گسترش فرهنگ عمومی مطالعه

۶.زمینه سازی جهت تشویق انتشارات و مؤلفین برای دیجیتالی نمودن آثار خود.

سیاست ها:

۱.عمل بر مبنای مجوز های قانونی

۲.ارتباط با مراکز هم سو

۳.پرهیز از موازی کاری

۴.صرفا ارائه محتوای علمی

۵.ذکر منابع نشر

بدیهی است مسئولیت تمامی آثار به عهده ی نویسنده ی آن می باشد .

فعالیت های موسسه :

۱.چاپ و نشر کتاب، جزوه و ماهنامه

۲.برگزاری مسابقات کتابخوانی

۳.تولید نمایشگاه های مجازی: سه بعدی، پانوراما در اماکن مذهبی، گردشگری و...

۴.تولید انیمیشن، بازی های رایانه ای و ...

۵.ایجاد سایت اینترنتی قائمیه به آدرس: www.ghaemiyeh.com

۶.تولید محصولات نمایشی، سخنرانی و...

۷.راه اندازی و پشتیبانی علمی سامانه پاسخ گویی به سوالات شرعی، اخلاقی و اعتقادی

۸.طراحی سیستم های حسابداری، رسانه ساز، موبایل ساز، سامانه خودکار و دستی بلوتوث، وب کیوسک، SMS و...

۹.برگزاری دوره های آموزشی ویژه عموم (مجازی)

۱۰.برگزاری دوره های تربیت مربی (مجازی)

۱۱. تولید هزاران نرم افزار تحقیقاتی قابل اجرا در انواع رایانه، تبلت، تلفن همراه و... در ۸ فرمت جهانی:

۱.JAVA

۲.ANDROID

۳.EPUB

۴.CHM

۵.PDF

۶.HTML

۷.CHM

۸.GHB

و ۴ عدد مارکت با نام بازار کتاب قائمیه نسخه :

۱.ANDROID

۲.IOS

۳.WINDOWS PHONE

۴.WINDOWS

به سه زبان فارسی ، عربی و انگلیسی و قرار دادن بر روی وب سایت موسسه به صورت رایگان .

درپایان :

از مراکز و نهادهایی همچون دفاتر مراجع معظم تقلید و همچنین سازمان ها، نهادها، انتشارات، موسسات، مؤلفین و همه

بزرگوارانی که ما را در دستیابی به این هدف یاری نموده و یا دیتا های خود را در اختیار ما قرار دادند تقدیر و تشکر می نماییم.

آدرس دفتر مرکزی:

اصفهان -خیابان عبدالرزاق - بازارچه حاج محمد جعفر آباده ای - کوچه شهید محمد حسن توکلی -پلاک ۱۲۹/۳۴- طبقه اول

وب سایت: www.ghbook.ir

ایمیل: Info@ghbook.ir

تلفن دفتر مرکزی: ۰۳۱۳۴۴۹۰۱۲۵

دفتر تهران: ۸۸۳۱۸۷۲۲ ـ ۰۲۱

بازرگانی و فروش: ۰۹۱۳۲۰۰۰۱۰۹

امور کاربران: ۰۹۱۳۲۰۰۰۱۰۹


قائمیه
مرکز تحقیقات رایانه ای
اصفهان
www
برای داشتن کتابخانه های تخصصی
دیگر به سایت این مرکز به نشانی
www.Ghaemiyeh.com
www.Ghaemiyeh.net
www.Ghaemiyeh.org
www.Ghaemiyeh.ir
مراجعه و برای سفارش با ما تماس بگیرید.
۰۹۱۳ ۲۰۰۰ ۱۰۹